Menjegal Film Indonesia

Pemetaan Ekonomi Politik Industri Film Indonesia

Eric Sasono et. al.

Menjegal
Film Indonesia

Pemetaan Ekonomi Politik Industri Film Indonesia

Banyak orang tak percaya bahwa industri film Indonesia sudah ada. Belum ada infrastruktur, riset dan pengembangan dan berbagai lembaga dalam perfilman kita layaknya yang ada pada sebuah kegiatan industri. Jika pun ada, bisa dibilang bahwa industri film Indonesia masih berupa industri rumahan; sebuah industri berskala kecil ke menengah dan dikerjakan tanpa hubungan kerja yang jelas.

Inilah sebuah tinjauan yang mencoba melongok lebih jauh ke tiga subsektor dalam industri perfilman kita (jika ada) yaitu subsektor produksi, distribusi dan eksebisi. Tidak seluruh aspek memang dijelajahi mengingat luasnya subyek ini. Namun apa yang tergambar di buku ini bisa menjadi awal bagi sebuah tinjauah lebih dalam untuk memahami film, yang tak hanya merupakan barang hiburan, tapi juga merupakan barang publik yang bersentuhan dengan orang banyak lewat berbagai cara.

MENJEGAL FILM INDONESIA

Pemetaan Ekonomi Politik Industri Film Indonesia

Editor: Eric Sasono
Penulis dan Peneliti: Ekky Imanjaya, Eric Sasono, Hikmat Darmawan, Ifan Adriansyah Ismail

Pengantar: Eric Sasono
Desain isi: Interaxi
Foto sampul: Adegan The Photograph (Tri Ximages-Salto Film / Oetomo Wiropranoto)

Cetakan pertama, Agustus 2011
Rumah Film, bekerjasama dengan Tifa Foundation
Jl. Puskesmas no. 99, RT 003/03, Setu, Cipayung, Jakarta Timur.
E-mail: Redaksi@rumahfilm.org.

Katalog Dalam Terbitan:
Sasono, Eric (ed.)
Menjegal Film Indonesia
Jakarta: Rumah Film
15 X 23 cm; 370 hlm.
ISBN

Daftar Isi

Daftar Tabel

Daftar Bagan

Ucapan Terima Kasih

Buku ini berangkat dari sebuah proposal penelitian yang diajukan oleh Perkumpulan Rumah Film Indonesia kepada Yayasan TIFA pada awal tahun lalu.

Penelitian ini dikerjakan oleh tim dari Perkumpulan Rumah Film Indonesia yang terdiri dari Eric Sasono, Ekky Imanjaya, Adriansyah Ismail serta Hikmat Darmawan. Penelitian ini dikelola oleh Mayarita yang menjadi kordinator program penelitian, serta Dela Putri yang memberi dukungan administrasi dan keuangan guna memperlancan kegiatan tim peneliti. Desain riset penelitian ini sempat kami diskusikan bersama dengan dua orang pembaca: Krisnadi Yuliawan, yang juga pemimpin redaksi www.rumahfilm.org dan Rahim Latif, seorang distributor film yang aktif melakukan bisnis di bidang film pada dekade 1980-an.

Sejak semula, kami sudah menyadari adanya kesulitan utama dalam penelitian ini yaitu kurangnya data yang tersedia dan siap pakai untuk keperluan membangun analisis yang kuat. Kedua pembaca desain riset yang kami temui menyatakan bahwa pemetaan yang baik saja terhadap kondisi industri film Indonesia saat ini sudah cukup memadai untuk sebagai sebuah pemetaan tahap awal. Tahap awal, karena hingga penelitian ini selesai, kami menyadari bahwa banyak hal yang tak tercakup dan masih bisa dilanjutkan dengan peta-peta yang lebih fokus yang menjabarkan area yang lebih sempit dengan penggambaran yang lebih rinci.

Sesudah melalui proses seperti di atas, akhirnya para peneliti sepakat untuk membagi penelitian ini berdasarkan pembabakan yang bisa dilihat pada daftar isi dan keseluruhan buku ini.

Keseluruhan penelitian dan pencarian data dikerjakan bersama-sama oleh para peneliti dengan kordinasi yang dilakukan oleh Eric Sasono yang menjadi editor buku ini. Kemudian untuk penulisan, tim peneliti membagi tugas. Eric Sasono mengerjakan pengantar, bab 2 mengenai kebijakan perfilman Indonesia dari sudut pandang ekonomi dan budaya serta bab 5 mengenai subsektor eksebisi film di Indonesia. Hikmat Darmawan mengerjakan bab 1 mengenai konteks global bagi industri film Indonesia. Dua peneliti lain, Ekky Imanjaya mengerjakan mengenai subsektor produksi, sedangkan Ifan Adriansyah Ismail mengerjakan penulisan mengenai subsektor distribusi.

Sesudah penelitian ini selesai, draft hasil penelitian kami berikan kepada 4 orang pembaca ahli untuk mendapatkan masukan mereka. Pembaca ahli itu adalah Krisnadi Yuliawan, pemimpin redaksi www.rumahfilm.org yang juga seorang Asian Public Intellectual fellow tahun 2007 yang sempat meneliti mengenai pengaruh globalisasi terhadap perfilman Jepang dan Thailand. Kedua adalah Lisabona Rahman, manajer sekaligus programmer Kineforum, sebuah arthouse cinema di Jakarta yang berada di bawah pengelolaan Dewan Kesenian Jakarta. Lisabona juga merupakan redaktur dari website www.filmindonesia.or.id yang mengkhususkan diri dalam penulisan dan pembangunan database untuk film Indonesia.

Ketiga adalah Tito Imanda, kepala program studi film di Universitas Bina Nusantara sekaligus pengajar di universitas tersebut. Keempat adalah Harjo Winoto, bekas peneliti di Hukum Online, yang pernah membantu dalam sebuah perkara yang berkaitan dengan persaingan usaha. Keterlibatan Harjo sebagai pembaca bagi penelitian ini diharapkan bisa memberi masukan aspek hukum dari industri film Indonesia, terutama berkaitan dengan persaingan usaha.

Masukan-masukan dari para pembaca ini sangat menarik dan memberi kritik yang baik terhadap penelitian. Sebagian berhasil kami masukkan ke dalam naskah final ini, tetapi sebagian lagi tidak. Hal itu tak terlepas dari kurangnya data yang diperlukan

agar masukan itu bisa diikutsertakan untuk menyempurnakan buku ini.

Kami ingin mengucapkan terimakasih kepada para narasumber yang sudah meluangkan waktu untuk wawancara ini: Pak Rahim Latif, Chand Parvez Servia, Mira Lesmana, Meiske Taurisia, Sheila Timothy, Kimo Stamboel, Yadi Sugandi, Indra Yudisthira Ramadhan dan lain. lain. Tanpa masukan dan akses kepada gagasan dan data yang mereka miliki, penelitian ini tak akan pernah bisa terwujud. Juga kepada Lembaga Sensor Film yang membagi sebagian datanya kepada kami. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada Shanty Harmayu dari Salto Films dan Paquita Wijaya dari Triximages yang telah mengijinkan penggunaan foto dari film yang mereka produksi.

Terakhir kami mengucapkan terimakasih kepada Yayasan TIFA yang sudah memberi kepercayaan kepada kami untuk mengerjakan penelitian ini. Di luar segenap kekurangan penelitian ini, kami berharap kerjasama antara Yayasan TIFA dengan Perkumpulan Rumah Film Indonesia bisa berlanjut demi memberi sumbangan lebih besar bagi perbaikan kehidupan bersama di Indonesia.

Tim Peneliti Rumah Film

KATA PENGANTAR

Yayasan Tifa

Yayasan Tifa mengucapkan selamat kepada Rumah Film atas terbitnya buku ini. Program penelitian ini tidak muncul begitu saja namun dilatari oleh pengalaman program sebelumnya. Yayasan Tifa pernah mendukung program judicial review terhadap UU Perfilman No. 33/2009 untuk bagian pengaturan sensor. Pada awalnya, judicial review itu didukung oleh para insan film. Akan tetapi, pada akhirnya para insan film tidak banyak yang menandatangani judicial review tersebut. Perlawanan para insan film pada UU yang pada awal tampak gegap gempita itu ternyata tidak bertahan sampai garis finish.

Refleksi dari kasus unik ini adalah bahwa ada perilaku politik yang berbeda antara pembuat film Indonesia dengan pekerja media lain yaitu wartawan. Para pembuat film Indonesia kurang menaruh banyak perhatian pada aspek advokasi kebijakan dibanding kelompok wartawan. Fokus perhatian para pembuat film kita lebih banyak pada aspek produksi. Mungkin juga, kultur selebritas dunia film kita lebih kuat ketimbang kultur advokasi dan gerakan sosial. Padahal, masalah regulasi perfilman kita membutuhkan banyak advokasi terutama dalam aspek kebebasan berpikir dan berekspresi. Namun justru di situlah kelemahan utama para pembuat film kita.

Pengalaman itu pula yang mendorong untuk memahami lebih mendalam dinamika film di Indonesia. Asumsi bahwa regulasi yang tidak bagus akan memunculkan respon advokatif yang seimbang tampaknya harus dilihat ulang dalam dunia film kita. Diperlukan upaya mendalam untuk memahami konteks historis, kultural, ekonomi, dan politik yang membangun konstruksi

realitas film kita saat ini agar strategi advokasinya tepat. Itu pula yang menjadi alasan mengapa Yayasan Tifa mendukung program penelitian ini.

Penelitian ini penting untuk melihat realitas film secara utuh dari sisi kreativitas dan ekonomi politik perfilman agar potensi kreatif para pembuat film benar-benar didukung oleh habitat struktural yang tepat. Ini penting karena kualitas kreatif para pembuat kita sudah terbukti mampu berbicara di tingkat global.

Secara kualitas kreatif, film Indonesia sanggup berbicara dalam level internasional. Banyak film kita yang mampu meraih penghargaan festival bergengsi kelas dunia seperti Cannes, Berlin Film Festival, dan Tokyo Film Festival. Film Tjoet Nja' Dhien (Eros Jarot), Daun di Atas Bantal (Garin Nugroho), dan Serambi (Garin Nugroho) misalnya, diputar dalam seksi un certain regard (perhatian khusus) dalam Festival Film Cannes tahun 1989, 1998, dan 2006. Dari kawasan Asia, tidak banyak film yang mampu menembus level un certain regard karena hanya sekitar 25 film per tahun yang masuk dalam kriteria ini sebelum mendapat penghargaan utama.

Film-film tersebut patut dihargai selain karena kualitas kreatifnya, juga karena lahir dari sistem regulasi dan infrastruktur yang buruk. Film-film itu lahir justru dalam sistem restriksi badan sensor dan keterbatasan dukungan dalam sistem industri kita. Film itu harus lulus sensor di LSF. Selain itu, para pembuat film harus pontang-panting tanpa dukungan pemerintah. Sekedar contoh sederhana, Indonesia belum mempunyai teknologi yang mampu mengubah format film digital agar bisa ditayangkan di layar lebar (blow up). Untuk melakukan ini, para pembuat film Indonesia harus ke Bangkok dengan biaya sekitar Rp 600 juta untuk satu kali proses. Pemerintah Thailand membangun fasilitas itu untuk mendukung program film sebagai bagian dari strategi creative economy. Bayangkan bila pemerintah menyediakan satu saja teknologi ini di Jakarta, berapa banyak uang dihemat, dan berapa banyak film yang mampu menembus layar lebar.

Selain ketiga film itu, banyak film lain yang menang di berbagai festival film namun tidak mampu menembus jaringan bioskop karena tidak kuat membiayai ongkos blow up. Sampai saat ini, hanya jaringan bioskop Blitz saja yang bisa menayangkan format film digital ke layar lebar, serta beberapa bioskop saja di jaringan 21.

Dari contoh sederhana ini, tampak sekali bahwa program creative economy Presiden SBY ternyata tidak didukung oleh infrastruktur yang memadai. Tidak banyak orang tahu bahwa animator-animator film kita "dibajak" oleh industri animasi Jepang dan Korea hanya karena ketiadaan wadah yang mampu menampung keahlian mereka di industri dalam negeri.

Dari sisi kebijakan hukum kondisinya lebih mengenaskan. Ada dua cerita yang patut disajikan untuk membuktikan bahwa regulasi film kita justru mematikan kreativitas film Indonesia.

Regulasi hukum kita masih bersemangat mengontrol ketimbang mendukung film sebagai bagian dari strategi kebudayaan dan industri global. Pertama adalah kelahiran UU Film No. 8/1992. UU ini membatasi ijin usaha perfilman dan tentu saja menguatkan LSF. Pada era 1990-an kita melihat bersama tidak banyak film yang mendukung misi UU itu seperti membangun jati diri bangsa, memperkokoh persatuan, dan sejenisnya. Yang lahir di era 90-an justru dominasi film-film panas dan murahan seperti Gadis Metropolis, Ranjang Ternoda, Gairah Malam, dan sejenisnya.

Sesudah industri film mati suri sampai sekitar tahun 2000, tanpa dukungan pemerintah, industri film kemudian bangkit pelan-pelan. Beberapa film berkualitas muncul seperti Petualangan Sherina (2000), dan Ada Apa dengan Cinta (2002). Sesudah itu lebih banyak lagi film muncul seperti Laskar Pelangi (2007) dan Sang Pemimpi (2009). Namun geliat film itu ternyata tidak menarik hati pemerintah untuk mendukungnya. Kebangkitan swadaya masyarakat itu justru disambut oleh undang-undang baru yang melenggengkan sensor lewat UU No. 33/2009.

Sekadar catatan tambahan, UU itu didukung perumusannya oleh universitas negeri yang dikenal reformis.

Sekali lagi tampak semangat mengontrol dari regulasi tersebut ketimbang mendukung. Sekarang kita sedang khawatir jangan-jangan perulangan sejarah era 1990-an sedang terjadi. Kita sedang menyaksikan proses degradasi kualitas film Indonesia akhir-akhir ini lewat berbagai film yang dangkal. Jika pada era 90-an UU Film No. 8/1992 menghasilkan film-film panas, tampaknya UU film No. 33/2009 sedang melahirkan film-film horor murahan semacam Suster Kramas dan Hantu Jeruk Purut. Regulasi yang ada ternyata tidak mendorong munculnya film berkualitas seperti yang diamanatkan oleh regulasi itu sendiri.

Sampai di sini sudah tampak bahwa Indonesia tidak mempunyai desain yang jelas dalam bagaimana memosisikan film. Logika yang dibangun pembuat kebijakan adalah logika kontrol dan tidak berpikir strategis dalam hal kompetisi global dan diplomasi kultural. Para pembuat film diposisikan sebagai potensi pembuat kriminalitas ketimbang sebagai potensi kultural dan ekonomi bangsa.

Yang implisit dari kecenderungan itu adalah ketiadaan riset yang mendalam mengenai film Indonesia. JB Kristanto, wartawan Kompas, pernah membuat katalog film Indonesia secara komprehensif. Namun riset itu belum menjelaskan posisi dan konteks ekonomi politik film Indonesia. Sangat dibutuhkan adanya riset untuk memetakan situasi regulasi, industri, dan kecenderungan lain dalam film Indonesia. Karena itu, kita perlu mengapresiasi kajian ini. Hasil riset ini diharapkan bisa menjadi rekomendasi bagi perubahan kebijakan perfilman ke depan.

R Kristiawan
Manajer Program Media dan Informasi
Yayasan Tifa, Jakarta

PENGANTAR

Menjegal Film Indonesia

Pemetaan Ekonomi Politik Industri Film Indonesia

Almarhum Rosihan Anwar memiliki semacam teori mengenai film Indonesia. Di pertengahan tahun 1990-an, ia pernah mengungkapkan apa yang disebutnya sebagai "*back to basic*" atau kembali ke dasar [1]. "*Back to basic*" ini digambarkan oleh Rosihan Anwar untuk menjelaskan fenomena eksploitasi pembuat film terhadap tema-tema yang mudah dan cepat dicerna oleh penonton. Ia mengambarkan seandainya para pembuat film merasa sudah tak punya jalan lain dalam mengundang penonton ke bioskop, maka jalan yang mereka tempuh adalah kembali ke unsur-unsur mendasar dalam kehidupan manusia yaitu: horor, komedi, sex dan kekerasan.

Bagi almarhum Rosihan, ketika penonton tak tampak tertarik pada kisah drama yang kompleks tentang manusia, maka unsur dasar itu akan membuat mereka berdatangan ke bioskop. Film-film yang dapat dikategorikan sebagai "*back to basic*" ini adalah film-film dengan jalan cerita sederhana atau bahkan terkadang sembarangan. Unsur utama yang menjadi daya tarik bagi penonton adalah para pemain film perempuan yang buka-bukaan (tanpa *full frontal nudity*) dan adegan yang bisa diasosiasikan sebagai adegan sex. Untuk film-film kekerasan, adegan yang diandalkan adalah darah muncrat atau anggota tubuh terpotong. Demikian pula dengan film horror dan pendekatan ini relatif berhasil. Penonton memang berdatangan ke bioskop – untuk sementara – demi melihat para bintang

1 "Film Indonesia, Silakan Back to Basic", *Tempo* 25 Juni 1994.

beradegan panas di dalamnya. Namun hal itu berlangsung sebentar. Keterbatasan yang ditimbulkan oleh sensor, pengerjaan yang agak serampangan dan pengulangan tema menyebabkan film-film jenis seperti itu akhirnya ditinggalkan juga oleh penonton.

Era paruh pertama 1990-an itu menandai sebuah krisis dalam film Indonesia[2]. Pada masa itu, film Indonesia mengalami rangkaian pukulan, seperti dari kehadiran TV swasta, maraknya pembajakan lewat medium video dan konsolidasi distribusi film di tangan kelompok 21. Kemunduran segera melanda film Indonesia hingga ke titik terendah sepanjang sejarahnya pada tahun 1997-1998 ketika krisis ekonomi melanda Indonesia.

Pada saat itu terjadi pergolakan politik besar yang mengarah pada terjadinya perubahan politik dengan turunnya Presiden Soeharto sesudah menjabat selama 32 tahun. Dalam industri film, sebagaimana yang terjadi pada industri media, terjadi semangat deregulasi besar-besaran berupa pelepasan campur tangan negara dalam produksi-distribusi-konsumsi media, baik cetak maupun elektronik, termasuk di dalamnya film.

Yang menarik dari perubahan pada sektor film ini bukanlah pada kebijakan yang menyangkut produksi-distribusi-eksebisi, melainkan pada sebuah semangat produksi yang sama sekali berbeda dengan masa Orde Baru. Para pembuat film pada masa Pasca Soeharto umumnya adalah serangkaian anak muda yang mengusahakan sendiri produksi filmnya tanpa adanya dukungan negara, baik dalam bentuk subsidi pendanaan produksi, keringanan pajak dan segala jenis dukungan lainnya.

2 Kritikus dan wartawan senior JB Kristanto membantah hal ini dengan menghitung jumlah produksi yang masih cukup banyak dari periode 1994 (26 film) hingga 1997 (32 film). Lihat JB Krisanto, *Katalog Film Indonesia* 1926-2007 (Jakarta: Nalar, 2007). Namun JB Kristanto tidak memperhitungkan peredaran film-film itu di pinggiran, yang artinya hanya bertemu penonton dalam jumlah sedikit dengan pendapatan yang juga relatif kecil. Ini sebuah masa ketika film Indonesia benar-benar berada di pinggiran.

Kelompok pembuat film muda ini mencoba untuk memproduksi film dengan semangat untuk mencari hal baru, dengan sengaja menghindar dari kecenderungan estetik para pembuat film periode Orde Baru.

Dengan semangat yang baru ini, maka industri film kemudian tumbuh sedemikian rupa. Dari tahun ke tahun, rekor penonton terbanyak dipecahkan oleh berbagai film seperti *Petualangan Sherina* (Sutradara Riri Riza, 2001), *Ada Apa dengan Cinta?* (Sutradara Rudi Soedjarwo, 2002), *Eiffel I'm In Love* (Sutradara Nasry Chepi, 2004), *Ayat-ayat Cinta* (Sutradara Hanung Bramantyo, 2007) hingga *Laskar Pelangi* (Sutradara Riri Riza, 2008). Dengan berbagai rekor seperti itu, gairah membuat film bangkit lagi dan angka produksi bisa mencapai 50-80 film setahun.

Lihat misalnya laporan dari Persatuan Produser Film Indonesia (PPFI) yang memperlihatkan kecenderungan peningkatan dari tahun ke tahun ini.

Tabel 1

PANGSA PASAR FILM NASIONAL

Tahun	Judul	Jumlah Penonton	%
2000	5	1.845.520	7,46
2001	5	687.226	2,78
2002	12	4.330.540	17,5
2003	13	4.697.945	18,98
2004	21	6.065.338	24,51
2005	31	8.724.223	35,25
2006	32	10.142.940	40,98
Sd. Juni 2007	22	10.391.842	41,99
Estimasi 2007	50		60

Sumber: Chand Parvez Servia, Laporan Pengurus PPFI (Persatuan Perusahaan Film Indonesia) Masa Bakti 2004-2007

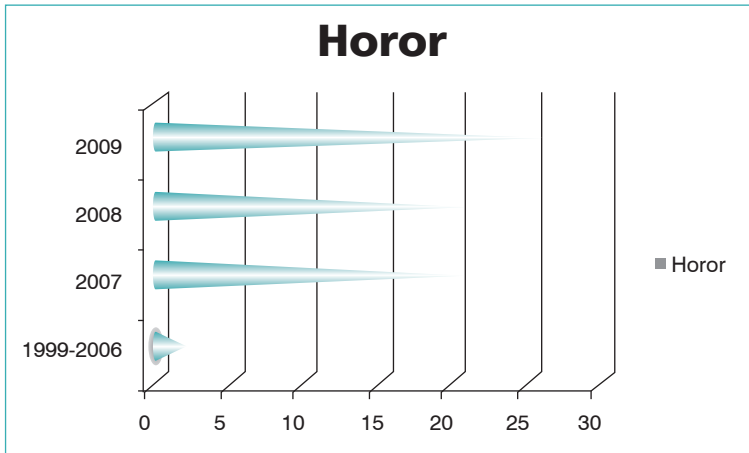
Dengan angka-angka ini, produser film Chand Parvez Servia yakin bahwa persentasi pendapatan film Indonesia pada tahun 2008 menjadi lebih besar lagi karena adanya sumbangan film *Ayat-ayat Cinta* yang mendapat 3,7 juta penonton. Optimisme terhadap penguasaan pangsa pasar semakin besar dengan fakta-fakta seperti misalnya dua atau lebih film nasional ditayangkan di satu gedung bioskop dengan 3-4 layar.

Dengan kondisi seperti ini, banyak pengusaha baru bermunculan setiap tahun. Film dianggap bisnis yang menarik, hingga memunculkan banyak pemain baru, termasuk investor yang bersedia menanamkan modal di bidang film sebagai penanaman modal privat secara langsung. Di permukaan, industri film tampak bergairah dengan satu film memecahkan pendapatan film lainnya dari tahun ke tahun.

Namun sebenarnya diam-diam, situasi *back to basic* seperti yang dinyatakan oleh Rosihan Anwar itu sudah muncul dalam sejak tahun 2007. Para produser memang masih mencoba untuk mengeksplorasi tema-tema dan cara bercerita baru, tetapi kecenderungan umum yang terjadi adalah eksploitasi film-film dengan formula *back to basic* pada genre horor dan komedi.

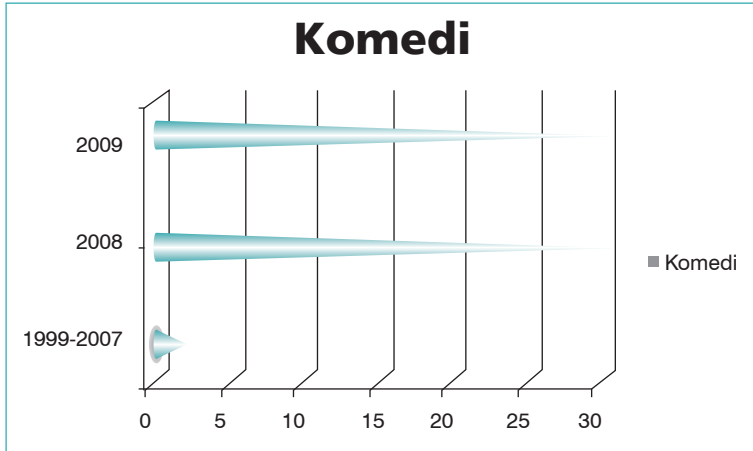
Hal ini bisa dilihat dari film-film yang diproduksi pada rentang waktu 1999-2011. Pada periode 1999-2006 jumlah film horor adalah sebanyak 14 judul, maka pada tahun 2007 saja, jumlah itu melonjak drastis menjadi 21 judul (dari total 52 produksi atau sekitar 40 persen). Tahun 2008, jumlah itu tetap 21 judul (dari total 95 produksi atau 22 persen) dan tahun 2009 meningkat lagi menjadi 26 judul (dari total 84 produksi atau 30 persen).

Bagan 1

PERKEMBANGAN JUMLAH RATA-RATA FILM HOROR DI INDONESIA PER TAHUN 1999-2009

Sumber: Tim Rumah Film

Sekalipun persentase film horor menurun pada tahun 2008, tetapi persentase untuk film-film komedi (terutama komedi bercampur seks) meningkat drastis pada tahun 2008. Jika pada tahun 1999-2007 film berjenis komedi berjumlah 14 judul, maka pada tahun 2008 saja jumlahnya mencapai 25 judul (dari 95 judul atau 26 persen). Pada tahun 2009, jumlah film komedi tetap cukup banyak yaitu mencapai 24 judul (dari total 84 judul atau 28 persen).

Bagan 2

PERKEMBANGAN JUMLAH RATA-RATA FILM KOMEDI DI INDONESIA PER TAHUN 1999-2009

Sumber: Tim Rumah Film

Angka-angka ini memperlihatkan bahwa film-film "*basic*" yang relatif mudah dicerna dan simplistis cenderung mendominasi pasar film di Indonesia. Setidaknya, para produser beranggapan bahwa film-film dengan formula *basic* seperti ini yang dianggap paling mudah diterima oleh penonton sehingga banyak diproduksi.

Apabila ditelisik lebih jauh, tampak bahwa apa yang sedang terjadi adalah sesuatu yang bahkan berada di bawah kondisi *basic*, yaitu para produser kini sedang menggunakan pendekatan sensasional dalam membuat produk-produk mereka. Pendekatan sensasional itu dapat dilihat misalnya dengan penggunaan judul-judul yang bombastis, selangsung mungkin tanpa adanya usaha untuk menggunakan *lingua poetica* atau penggunaan bahasa yang puitis untuk membuat judul.

Film-film belakangan memperlihatkan kecenderungan untuk mengeksploitasi bahasa denotatif seperti "perawan", "diperkosa" pada judul-judul film Indonesia untuk menimbulkan efek sensasional. Hal ini berbeda dengan film-film bertema sex pada dekade 1990-an dimana film-film yang diproduksi masih

memperhitungkan elemen artistik pada judul-judul yang mereka pilih. Tampak bahwa sensasionalisme ini mengemuka dalam produksi film di Indonesia.

Pendekatan sensasional selain dalam judul adalah dengan menggunakan bintang film porno luar negeri untuk menciptakan polemik di media massa. Para bintang film porno ini tidak tampil telanjang bulat (*full frontal nudity*) dalam film-film Indonesia, tetapi keterkenalan mereka di kalangan penggemar khusus (penggemar film porno yang membentuk komunitas-komunitas bawah tanah di dunia maya) diharap bisa menjadi daya tarik yang besar. Selain itu, kontroversi yang mengiringi kedatangan para bintang itu diharapkan menjadi publikasi gratis yang luas, sekalipun mengandung resiko ancaman kekerasan terhadap rumah produksi yang mengundang para bintang film porno itu.

Sekalipun kecenderungan *back to basic*, bahkan *below basic* itu sedang terjadi, di sisi lain inovasi tidak sama sekali mati, sekalipun jumlahnya bisa dikatakan terbatas atau kalah jumlah dibandingkan dengan film-film yang tergolong "*basic*" tadi. Masih ada para pembuat film pasca Soeharto melakukan rangkaian percobaan (*trial and error*) dengan memproduksi sesuatu yang memiliki kompleksitas lebih tinggi daripada sekadar film yang mengandalkan pada selera yang *basic* atau bahkan sensasi ini.

Sekalipun film-film dengan formula *basic* ini tampak memenuhi pasar pada tahun 2007-2008 dan terus berlanjut, sebenarnya film-film paling laris merupakan film-film yang melakukan percobaan-percobaan cara tutur. Film-film yang merupakan hasil dari percobaan ini tergolong berhasil di pasaran dengan menjadi film-film yang memecahkan rekor penonton pada tahun ketika film itu diedarkan. Setidaknya, film-film seperti *Petualangan Sherina* (2000, Sutradara Riri Riza, produksi Miles Film), *Jelangkung* (2001, Sutradara Rizal Mantovani dan Jose Purnomo, produksi ReXinema), *Ada Apa dengan Cinta?* (2002, Sutradara Rudi Soedjarwo, produksi Miles Film), *Ayat-*

ayat Cinta (2007, Sutradara Hanung Bramantyo, produksi MD Entertainment) dan *Laskar Pelangi* (2009, Sutradara Riri Riza, produksi Miles Film dan Mizan Production) sempat menjadi film-film yang memecahkan rekor pendapatan di *box office*, atau menimbulkan kegairahan luar biasa di kalangan penonton film Indonesia.

Ketika Jakarta International Film Festival (JIFFEST) tahun 2008 menyeleksi film-film yang paling laris selama 10 tahun terakhir (1998-2008), film-film di atas mendominasi. Film-film tersebut bisa dikatakan menjadi lokomotif yang menarik minat penonton terhadap film Indonesia.

Namun kondisi itu berubah pada dua tahun terakhir, tepatnya pada 2010-2011. Dalam dua tahun terakhir, relatif tak ada percobaan yang berhasil. Film-film yang dimaksudkan menjadi lokomotif yang menarik penonton, relatif gagal di pasaran. Mereka tidak lagi menjadi film yang meledak dan tidak menimbulkan antusiasme yang demikian besar di kalangan penonton. Film seperti *Sang Pencerah* yang di produksi untuk waktu panjang dengan biaya cukup besar (sekitar 12 milyar rupiah), memang berhasil menarik banyak penonton, sekalipun tidak meledak semisal *Ayat-ayat Cinta* atau *Laskar Pelangi* sekalipun organisasi Islam Muhammadiyyah sudah melakukan kampanye kepada anggotanya agar menonton film tersebut.

Film lain yang mengundang kontroversi seperti ? (*Tanda Tanya*) karya Hanung Bramantyo termasuk baik di pasaran, tetapi juga tidak menimbulkan ledakan antusiasme penonton sekalipun kontroversinya yang cukup besar. Maka sepanjang 2010-2011, keberadaan film-film horor atau film komedi sex atau horor sex menjadi dominan mengisi layar bioskop di Indonesia. Beberapa film yang mengandalkan sensasi bintang porno asing seperti *Suster Keramas* atau *Menculik Miyabi* mendapat angka penonton yang baik.

Gejala menuju fenomena ini sebenarnya sudah bisa diperkirakan beberapa tahun sebelumnya. Banyak pembuat film dan

produser sejak beberapa tahun sebelumnya sudah melihat bahwa keadaan ini akan terjadi. Para produser yang selama ini merasa melakukan terobosan dalam membuat produk yang baru, merasakan bahwa lingkungan produksi film di Indonesia secara umum tidak bersahabat bagi pelaku bisnis yang penuh inovasi. Bisnis film di Indonesia dianggap terlalu beresiko akibat lingkungan ekonominya yang tidak bersahabat dengan inovasi. Dalam konteks keberlanjutan produksi, maka film-film "*basic*" yang diproduksi dengan biaya murah dan dalam waktu cepat akhirnya dianggap menjadi film yang lebih memungkinkan untuk diproduksi.

Jika ada "roda berjalan" untuk memproduksi film-film Indonesia, maka produk yang dihasilkan oleh mekanisme itu cenderung untuk memproduksi film-film "*basic*". Lebih jauh lagi, inovasi juga hanya mungkin dilakukan dalam skala terbatas dimana para produser tak berani memperkenalkan produk baru, dan mengandalkan pada formula-formula yang mudah dikenali, baik dalam pemilihan tema maupun dalam cara bercerita. Dengan situasi seperti ini terjadi kecenderungan pengulangan demi pengulangan. Pengembangan produk menjadi terbatas dan dengan demikian, keragaman film Indonesia juga menjadi terbatas.

Keragaman yang terbatas ini menjadi sebuah persoalan bagi negeri yang beragam seperti Indonesia. Dengan resiko produksi yang tinggi, produk yang muncul menjadi terbatas dan akibatnya keragaman Indonesia sebagai suatu bangsa tak cukup tergambarkan di layar lebar.

Fokus penelitian

Fokus penelitian adalah pada kondisi tiga subsektor industri film yaitu produksi, distribusi dan eksebisi. Ketiganya merupakan bagian dari *supply chain management* atau pengelolaan rantai pasokan. Pengelolaan rantai pasokan ini merupakan keterhubungan antara dua atau lebih perusahaan dalam mengubah bahan baku hingga menjadi barang yang siap

dikonsumsi. Disebut sebagai rantai karena hal itu terjadi seperti siklus yang saling berkaitan, dimana sesudah proses konsumsi dilakukan, hasil dari konsumsi tersebut menjadi masukan bagi produksi berikutnya. Ketiga aspek produksi, distribusi dan eksebisi akan menjadi perhatian utama dalam penelitian ini.

Khusus untuk subsektor distribusi dan eksebisi akan dilihat dalam spektrum sejarah karena ketimpangan struktur yang terjadi sekarang ini. Keputusan-keputusan bisnis dalam kedua subsektor ini semakin tertutup dari publik karena dikuasai oleh segelintir orang saja. Dengan memandang pada spektrum sejarah ini, diharapkan agar situasi ketertutupan kedua subsektor ini serta bagaimana kondisi itu tercipta bisa tergambarkan sebagai sebuah situasi yang harus dihadapi para pelaku bisnis film maupun para pengambil kebijakan saat ini.

Dengan melihat perkembangan perkembangan sejarah kedua subsektor ini, diharapkan para pembaca bisa memahami bahwa keadaan kedua subsektor ini di masa sekarang merupakan sebuah hasil dari berbagai kekuatan ekonomi dan politik yang membentuknya.

Ketiga subsektor ini tidak akan dilihat semata-mata sebagai perilaku bisnis, melainkan akan diteliti dalam konteks lebih besar, yaitu konteks nasional dan konteks global. Kedua konteks ini penting untuk memperlihatkan bahwa industri film – atau usaha di bidang perfilman – tidak mungkin terlepas dari konteks ekonomi politik di sekitarnya.

Dalam konteks global ini, peran industri film Amerika atau yang berpusat di Hollywood akan dibahas secara khusus karena sifat industri mereka yang ekspansif. Sifat ekspansif ini tampak nyata dalam berbagai langkah aktif yang dilakukan oleh asosiasi distributor film Amerika yang kerap meminta bantuan kepada pemerintahnya dalam melakukan langkah-langkah yang perlu dalam membuka pasar luar negeri. Relatif tidak ada negara yang terbebas dari langkah-langkah ekspansif Amerika dalam membuka pasar domestik bagi film-film mereka.

Model yang ekspansif ini diikuti oleh sebuah muatan produk yang mudah dicerna oleh konsumen. Pilihan tema dan cara tutur dalam film-film Amerika, di beberapa negara, telah membuat pilihan untuk mengedepankan film-film domestik terasa menjadi sebuah pilihan yang ketinggalan jaman dan tidak relevan.

Namun penerimaan terhadap pilihan tema dan cara tutur ini amat berkait erat dengan kondisi budaya sebuah bangsa, sehingga – seperti akan diperlihatkan pada Bab 1 – di beberapa kesempatan, tema dan cara tutur film-film Amerika tidak berjalan dengan baik dan tanggapan konsumen terhadap mereka relatif biasa-biasa saja. Gambaran sekilas industri film di India dan Nigeria akan memperlihatkan bagaimana model resistensi industri domestik mereka terhadap ekspansi film-film Amerika.

Kemudian untuk konteks nasional, kebijakan dalam dua bidang akan dlihat, yaitu kebijakan yang berkaitan dengan perdagangan internasional, serta kebijakan dalam bidang kebudayaan. Kebijakan dalam bidang perdagangan internasional akan diteliti karena hal itu merupakan semacam respons dari perdagangan internasional dalam sektor film. Respons ini membentuk konteks lingkungan ekonomi yang mempengaruhi bisnis film secara keseluruhan. Sedangkan kebijakan budaya yang berkaitan dengan perfilman tentu akan dibahas karena memiliki pengaruh langsung subsektor produksi, distribusi dan eksebisi.

Dengan melihat dua bidang kebijakan ini, akan dilihat apakah kebijakan perfilman di Indonesia cenderung untuk pro pada pasar yang terbuka, atau cenderung untuk dikendalikan oleh negara.

Pertanyaan penelitian

Pertanyaan utama penelitian ini adalah:
Apa saja kondisi yang mempengaruhi perfilman Indonesia saat ini sehingga menyebabkan terjadinya situasi dan kondisi industri film Indonesia saat ini?

Dari pertanyaan ini, penelitian akan melihat pada beberapa pertanyaan turunan:

1. Bagaimana kondisi ekonomi perfilman secara global turut serta mempengaruhi kondisi industri perfilman Indonesia secara umum?
2. Bagaimana regulasi dan kebijakan dalam bidang ekonomi dan budaya mempengaruhi industri perfilman di Indonesia?
3. Bagaimana kondisi subsektor produksi, distribusi dan eksebisi dalam industri perfilman Indonesia?

Metodologi penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif yang akan menggambarkan bagaimana suatu kondisi terjadi. Sumber data primer penelitian ini adalah dokumen-dokumen yang berkaitan dengan kebijakan di bidang perfilman serta hasil wawancara mendalam dengan para pelaku perfilman serta melihat kepada database yang dimiliki oleh para pelaku perfilman.

Sumber data sekunder untuk penelitian ini adalah sumber literatur, baik penerbitan di media massa maupun kajian-kajian sebelumnya mengenai perfilman baik di dunia maupun di Indonesia.

BAB I

Kondisi Global: Hollywoodisme dan Kita

Aduh aduh, enaknya
Nonton dua-duaan
Kayak Tuan dan Nyonya
Di Gedongan
(Petikan syair lagu *Nonton Bioskop*, Benyamin S.)

Menonton film di bioskop tak pernah murni soal film. Layar lebar, kursi empuk, ruangan sejuk-dingin, dan *popcorn* serta minuman soda di tangan: menonton di bioskop adalah persoalan gaya hidup, tersangkut soal moda ekonomi, dan bisa menegaskan pertentangan kelas. Lagu pop dari Benyamin S. yang saya kutip di atas dengan baik sekali menggambarkan keadaan-keadaan itu.

Bagi si tokoh yang dinyanyikan oleh Benyamin, seorang pembantu yang sedang mengajak kencan sesama pembantu, nonton bioskop di Jakarta itu "*Kayak Tuan dan Nyonya*". Mereka berdua, dari golongan bawah, mengkhayalkan betapa nonton film di bioskop adalah sebuah kemewahan yang lazimnya dinikmati kelas sosial di atas mereka.

"*Kayak Tuan dan Nyonya di gedongan*...." juga mengisyaratkan betapa lokasi sosial para Tuan dan Nyonya itu ada dalam bangunan-bangunan "*gedongan*", bangunan-bangunan modern besar yang menegaskan pemisahan kelas tersebut.

Betapa para Tuan dan Nyonya memang hidup di dunia yang berbeda, dunia yang jauh dari orang kebanyakan yang jelata.

Tapi, jelas pula bahwa tokoh yang dinyanyikan Benyamin itu dapat mengakses sekeping kenikmatan istimewa para kaum "*gedongan*" itu. Bioskop menjadi jembatan, walau separuh khayali, bagi kaum pembantu atau jelata untuk menyeberang barang sejenak ke dunia mewah para Tuan dan Nyonya.

Lagu Benyamin itu popular pada akhir 1970-an dan awal 1980-an. Lanskap perbioskopan Indonesia telah berubah banyak pada akhir dekade pertama 2000-an ini. Pada zaman Benyamin S. menyanyi *Nonton Bioskop*, jumlah bioskop di Indonesia cukup banyak, dan tersebar nyaris merata di seluruh Indonesia. Lazim ditemui saat itu, bioskop di kabupaten-kabupaten dan kota-kota kecil yang jauh dari Jakarta. Ada kurang lebih tiga kelas bioskop di Indonesia saat itu: bioskop mewah (di *gedongan*), bioskop menengah, dan bioskop kelas bawah. Tiga kelas ini juga menciptakan tiga jalur distribusi film, yang disesuaikan dengan sasaran pasar bioskop-bioskop tersebut.

Pada 2011, bioskop-bioskop di Indonesia kebanyakan berada di mal-mal. Pusat perbelanjaan model mal (*mall*) adalah "*gedongan*" baru. Model gedongan baru ini belakangan ini jadi ukuran "kemajuan" sebuah kota di Indonesia, dan jelas-jelas mengacu pada pola konsumsi di Jakarta. Acuan ini punya dampak penyenjangan yang nyata: tak semua kota di Indonesia sanggup memiliki mal.

Perusahaan bioskop yang dominan di Indonesia sejak 1998 hingga kini, jaringan Studio 21, malah dengan sadar menggariskan bahwa prioritas mereka membangun bioskop adalah di mal-mal.

Seperti kata Humas Kelompok Studio 21, Noorca Massardi, yang dikutip JB. Kristanto: ”Pembangunan bioskop 21 dilakukan seiring dengan derap pembangunan daerah. Jika dibangun mal besar di satu provinsi, kemungkinan besar 21 akan buka layar.

Tetapi, jika malnya kecil, ya pikir-pikir dulu."[3]

Dengan kebijakan bisnis jaringan Studio 21 untuk melekat pada mal, khalayak penonton mereka pun terbentuk, mengerucut menjadi segmen tertentu pengunjung mal: segmen yang terutama disangga oleh pasar kawula muda, atawa ABG pembelanja.

Tapi, pola pemasaran film lewat perbioskopan-mal juga jadi pola di banyak negara lain, termasuk Amerika Serikat (AS). Ini memang berkait dengan perkembangan terakhir pola ekonomi-konsumsi yang diterapkan oleh banyak negara modern. Film-film Hollywood pun semakin lama semakin menempatkan para ABG pembelanja di tempat utama sasaran pasar mereka.

Film-film *blockbuster* atau bermodal gigantik (rata-rata dengan biaya pembuatan di atas USD 100 juta) yang biasa masuk kategori film-film musim panas, macam *Twilight* atau *Transformers*, memang ditujukan pada pasar ABG yang biasa nongkrong di mal-mal dan tempat bermain komersial lainnya. Dengan bayangan khalayak para ABG (Amerika, tapi diasumsikan juga bahwa ABG di seluruh dunia bakal tertarik), maka naratif dan estetika film-film itu pun membentuk pakem yang mudah dikenali.

Pakem-pakem ini, baik pakem cerita film, pembuatannya, maupun pola-pola perdagangan Hollywood, mendominasi industri film dunia. Hollywood sendiri telah berusia kurang lebih 100 tahun sebagai industri. Pada 2011 ini, tak ada tanda-tanda amat signifikan tentang apakah cengkeram Hollywood sebagai industri dominan di bidang film akan mengendur.

Coba lihat saja kehebohan soal film impor (dari Hollywood, tentunya) di Indonesia pada Februari 2011 lalu. Ketika pihak pemerintah menagih hutang pajak dengan menerapkan aturan yang sudah berlaku sejak dua tahun sebelumnya, yakni pengenaan pajak untuk royalti film sebagai tambahan pajak

[3] JB. Kristanto, "Masalah Terletak Dalam Peredaran dan Tayangan", Kompas, Kamis, 30 Oktober 2008.

untuk barang berupa *reel* film impor yang masuk ke Indonesia. Jumlah yang dihitung tertunggak adalah Rp. 31 Milyar.

Akibat penerapan tersebut, pihak distributor film impor dari AS, MPA (Motion Picture Association), menurut mitra mereka di Indonesia, sebagaimana yang diungkap oleh Noorca Massardi, memboikot Indonesia.

Segera saja, kabar boikot MPA ini, yang berarti film-film Hollywood tak akan dikirim untuk bisa diputar di Indonesia, menghebohkan kelas menengah kota Jakarta, khalayak utama penonton film di bioskop Indonesia. Yang segera tersambar adalah rasa aman kesenangan mereka: film-film musim panas (musim yang tak ada di Indonesia) dari AS mungkin tak akan masuk ke Indonesia.

Memang, ada narasi yang lebih canggih untuk membenarkan kerisauan kelas menengah kota itu, khususnya yang dilontarkan oleh para insan film angkatan 2000-an macam Mira Lesmana, Joko Anwar, Lala Timothy, dan Santy Haramayn: bahwa boikot film AS akan menyebabkan bioskop-bioskop tak mampu menarik minat para penonton lagi. Dan jika bioskop tak laku, maka tak ada lagi tempat bagi film Indonesia [4].

Narasi ini dilontarkan pertama kali oleh Noorca, dan rupanya sangat sesuai dengan sentimen para penonton bioskop "*gedongan*" yang jadi latar kelas para insan film yang mendukung narasi ini. Tapi, pun jika kita terima alur logika dalam narasi ini, segera tampak: rupanya keberadaan film Indonesia amat bergantung pada keberadaan film-film Hollywood!

Terbukti, di kalangan penonton yang merasa dirugikan oleh ketakhadiran film-film *blockbuster* Hollywood, tak penting benar apa makna boikot itu bagi film Indonesia. Bagi mereka, makna pemboikotan itu hanya satu: mereka mungkin tak bisa menonton *Harry Potter* atau *Transformers III*.

4 Lihat misalnya tulisan Sheila Timothy di sini: http://fokus.vivanews.com/news/read/205561-pajak-film-impor-membantu-film-nasional-

Sebagian dari pasar itu menjerit-jerit tentang kemungkinan mereka tak nonton *Harry Potter* episode terakhir atau *Transformers* di media sosial macam *Twitter* atau *Facebook*, atau di bagian komentar pembaca *The Jakarta Globe online*. Mereka tak perduli benar tentang kaitan film-film Hollywood itu dengan nasib film Indonesia. Sebagian dari mereka, secara terbuka di media sosial, merencanakan akan nobar ("nonton bareng") film-film anyar Hollywood itu di Singapura.

Mengapa begitu tak tertanggungkannya ketiadaan film Hollywood bagi para penonton bioskop kita?

Di sini, kita tiba pada sebuah keharusan menatap sang raksasa Hollywood: Industri hiburan audio-visual yang berpijak di sebuah lembah di California yang pada awal abad ke-20 hanyalah sebuah lokasi terkucil, kini telah menjadi gurita bisnis raksasa yang cengkeramnya mendunia.

Sedemikian besar dan kuatnya Hollywood, sehingga realitas Hollywood (produk-produknya, ikon-ikonnya) begitu lekat dalam keseharian sebagian kelompok masyarakat konsumen di berbagai belahan dunia, termasuk Indonesia. Betapa "Hollywood" menjadi sesuatu yang tak terbayangkan bisa hilang, bagi sebagian orang. Di balik lakon *life-style* kelas menengah kota ini, ada dua pertanyaan besar yang terbersit: *Mengapa Hollywood bisa begitu dominan? Dan, mengapa dominasi Hollywood bisa begitu lama tak terlawankan?*

Hollywood, Sang Leviathan

Jawaban bagi pertanyaan-pertanyaan itu ditelusuri oleh Jonathan Derek Silver, dalam tesisnya, *Hollywood's Dominance of the Movie Industry: How Did it Arise and How Has it Been Maintained?* (2007).

Pertama-tama, Silver memahami Hollywood secara spesifik: kekuatan studio-studio besar (*mayor studios*) Hollywood yang mendominasi struktur oligopoli industri film Amerika,

dan mendunia. Kata "studio" mungkin agak menyesatkan: seolah ini hanyalah sekelompok rumah produksi. Lebih tepat memang disebut ada enam *konglomerat* media, yang mulanya berkembang dari lembaga studio, di Hollywood yang saat ini berkuasa.

Keenam konglomerat itu adalah: (1) Time Warner, membawahi perusahaan Warner Bros., (2) Viacom, membawahi perusahaan Paramount, (3) News Corporation, membawahi 20th Century Fox, (4) Walt Disney Company, membawahi Walt Disney Pictures, Touchstone Pictures, juga Pixar, (5) Sony Corporation of America, membawahi Columbia Pictures, dan (6) Comcast/General Electric, membawahi Universal Pictures.

Perusahaan-perusahaan film besar Hollywood itu merupakan perusahaan *produksi* sekaligus *distribusi* film. Jika kita menelisik barang sedikit angka-angka yang berhubungan dengan Hollywood, tergambar skala gigantik bisnis yang tampaknya sederhana ini.

Pada 2009, jumlah penghasilan penjualan tiket (*gross box office*) di AS adalah: USD 10.61 milyar. Daftar 20 film berpenghasilan tertinggi pada 2009 (menurut *Focus 2010, World Film Market Trends, Marché du Mondial, Festival De Cannes*) mencakup:

Tabel 2

20 FILM BERPENDAPATAN TERBESAR TAHUN 2009

Top 20 Films worldwide by gross box office I 2009 USD milion

	Original title	Studio	Coun-try of origin	North Amerri-can box office	Interna-tional box office	Total
1	Harry Potter and the Half-Blood Prince	Warner Bros.	GB inc/ US	302	632	934
2	Avatar (1) (2)	Fox	US/GB	352	547	899
3	Ice Age: Dawn of the Dinosaurs (2)	Fox	US	197	691	888

	Original title	Studio	Country of origin	North Amerri-can box office	Interna-tional box office	Total
4	Transformers: Revenge of the Fallen	Paramount	US	402	433	835
5	2012 (1)	Sony	US/CA	163	591	754
6	UP (2)	Disney	US	293	417	710
7	New Moon (1)	Summit	US	288	400	688
8	Angles & Demonds	Sony	US	133	352	485
9	The Hangover	Warner Bros.	US/DE	277	190	467
10	Night at the Museum: Battle of the	Fox	US/CA	177	238	415
11	Star Trek	Paramount	US	258	128	386
12	Monster vs. Aliens	Par-D'Works	US	198	183	381
13	X-Men Origin: Wolverine	Fox	US	180	195	375
14	Terminator Salvation	WB-Sony	US	125	247	372
15	Fast & Furious	Universal	US	155	208	363
16	Inglourious Basterds	Weinstein-U	US/DE	121	199	320
17	The Proposal	Disney	US	164	153	317
18	A Cristmas Carol (1)	Disney	US	137	174	311
19	G.I. Joe: The Rise of Cobra	Paramount	US/CZ	150	152	302
20	G. Force	Disney	US	119	165	284

(1) Still on release in 2010 — Sourcees: Varietry, OSB

(2) Films available in 3D distribution

Dari daftar itu terlihat bahwa film terlaris pada 2009, *Harry Potter and the Half-Blood Prince* (Warner Bros.), meraup untung besar dari penjualan tiket bioskop di pasar internasional, sebesar USD 632 juta, dan menyumbang total pendapatan USD 934 juta. Film terlaris kedua dalam daftar ini, *Avatar*, perlu mendapat catatan khusus: ini angka sampai akhir 2009, dan *Avatar* diedarkan pada bulan-bulan terakhir 2009, tapi masih berlanjut pendapatannya hingga awal 2010. Untuk 2009 saja, *Avatar* berhasil mendapat total USD 899 juta.

Total pendapatan Top 20 Film terlaris pada 2009 adalah: USD 10.486 juta! Pendapatan ini lebih tinggi dari pendapatan 94

negara di dunia. Jumlah pendapatan top 20 film internasional ini, *seluruhnya* diraup oleh film-film AS produksi Hollywood. Jumlah tersebut belum termasuk pendapatan total seluruh film produksi AS/Hollywood. Juga belum digabungkan dengan bisnis-bisnis turunannya, seperti *merchandise* dan sebagainya.

Dari angka-angka tersebut, kita bisa membayangkan sebuah jalinan lanskap bisnis yang rumit dan luas. Infrastruktur yang diperlukan untuk menyangga sang raksasa Hollywood ini jelas juga harus meraksasa. Secara sederhana, infrastruktur bisnis Hollywood mustilah mencakup: *produksi, distribusi,* dan *eksebisi*.

Infrastruktur produksi mencakup segala seluk-beluk pembuatan film, sejak tahap ide hingga hasil akhir berupa film yang siap diedarkan. Infrastruktur distribusi berhubungan dengan aspek penjualan dan perdagangan film-film yang telah diproduksi. Sementara infrastruktur eksebisi berhubungan dengan aspek perbioskopan dan pemutaran film-film yang telah diperdagangkan itu. Di dalam infrastruktur eksebisi itulah terjadi perjumpaan langsung antara produk dan konsumen: tiket dibeli, pendapatan dicatat dan dikumpulkan, gaya hidup tercipta yang pada akhirnya melahirkan lingkaran konsumsi produk-produk Hollywood.

Sebagai gambaran soal infrastruktur eksebisi ini, tercatat bahwa per 2009, jumlah layar yang ada di AS adalah 39.028 layar konvensional (seluloid), dan ada 16.362 layar digital (terdiri dari 7.486 layar digital 2D dan 9.076 layar digital 3D). Layar digital 3D adalah *trend* baru pada akhir dekade pertama 2000-an, dengan lonjakan pesat dari 2008, yakni sejumlah 2.545 layar digital 3D.

Sinema 3D memang pertaruhan baru Hollywood. Jika kita membayangkan prasyarat kemewahan bagi sebuah bioskop 3D mutakhir (proyektor khusus, layar khusus, dan sebagainya) dengan harga tiketnya yang melambung tinggi, jelas bahwa ini soal dagangan gaya hidup dan bukan perkembangan estetika sinema terbaru semata. Bioskop 3D adalah logika "*gedongan*" baru.

Dan dalam bioskop 3D ini, Hollywood kembali menegaskan keraksaannya, kemampuannya mencengkeram pasar dengan cara menciptakan kebutuhan-kebutuhan baru yang semu. Dengan dibangunnya layar-layar 3D di jaringan Studio XXI di Indonesia, misalnya, tercipta hubungan ketergantungan itu: begitu distributor film Hollywood ke Indonesia, MPA, memboikot Indonesia, maka bioskop-bioskop 3D di mal-mal kita itu pun kehilangan film-film yang dapat mereka putar. Tentu tak terpikir bagi Studio XXI untuk mengambil film 3D pertama yang laris dari Cina, yakni *Sex & Zen 3D*.

Dan kita belum sampai mengulik aspek produksi dari Hollywood. Perjalanan sebuah ide menjadi sebuah film di Hollywood adalah perjalanan yang seringkali panjang dan brutal, melintasi berbagai lembaga dan pihak yang bisa jadi banyak sekali.

Misalkan perjalanan film *American Splendor*, dari seri komik karya Harvey Pekar. *Pitching* atau bidikan untuk mengadaptasi seri komik tersebut sudah dilakukan sejak 1980-an. Salah satu nama yang muncul untuk memerani Harvey Pekar dalam film pada saat itu adalah Rob Schneider, komedian yang saat itu masih "panas" sebagai alumni acara komedi *Saturday Night Live*.

American Splendor akhirnya dibuat pada 2003, sebagai sebuah film *indie* kecil tapi banyak dipuji karena tuturan visualnya yang inovatif, dan melejitkan Paul Giamatti yang biasa jadi peran pembantu menjadi peran utama. (Tak terbayangkan jika Rob Schneider, yang kemudian terkenal lewat *Deuce Bigelow: Male Gigolo*, jadi main sebagai Harvey Pekar!)

Kisah liku-liku panjang pembuatan film macam begini banyak sekali terjadi di Hollywood. Proses yang sering disebut sebagai "*development hell*" menggambarkan betapa kompleksnya sistem produksi di Hollywood. Kebanyakan ide tak bakal sampai jadi produksi macam *American Splendor* tersebut. Komikus Brian Michael Bendis mencatat kebrutalan perjalanan ide ke produksi itu dalam novel grafisnya, *Fortune and Glory*.

Bayangkan kompleksitas ini: terdapat 115.000 perusahaan yang berkiprah di 50 negara bagian AS, yang membangun bata demi bata industri film dan televisi Hollywood saat ini. Sekitar 81% dari perusahaan-perusahaan tersebut dikelola tak lebih dari 10 orang awak. [5] Struktur industri yang disangga oleh sedemikian banyak perusahaan kecil dan menengah itu menciptakan sistem yang punya daya bertahan dan ketangguhan tinggi.

Yang jelas, ke-115.000 perusahaan itu tergabung dalam naungan enam konglomerasi media Hollywood (*the big six*) dan melayani bisnis dengan 150 negara di dunia. Itu adalah keadaan terakhir setelah melalui sejarah sembilan dekade dominasi di industri hiburan dunia. Baik di dalam maupun di luar negeri AS sendiri, Hollywood adalah Leviathan.

Sekarang, kita kembali ke pertanyaan itu: mengapa terjadi dominasi itu, dan bagaimana dominasi itu bisa bertahan begitu lama?

Tesis Jonathan Derek Silver tentang dominasi dan daya tahan dominasi Hollywood didahului dengan ulasan berbagai alternatif penjelasan atas keadaan itu dari khasanah studi yang mencakup bidang film, media dan budaya, ekonomi, bisnis dan hukum. Dengan kajian literatur yang cukup konprehensif, Silver menengarai beberapa penjelasan tentang asal-usul dominasi Hollywood, dengan kelemahan masing-masing penjelasan tersebut.

Beberapa peneliti dan sarjana menyarankan faktor tunggal penyebab dominasi Hollywood, tapi kebanyakan menyarankan banyak faktor. Ada 20 penjelasan yang ditengarai Silver. Keduapuluh penjelasan itu merentang dari penjelasan sejarah seperti faktor Perang Dunia ke-2 yang menyebabkan produksi film-film Eropa terhenti dan industri film AS mengisi kekosongan itu, hingga penjelasan pemasaran bahwa Hollywood senantiasa menunjukkan keunggulan mereka dalam bidang komunikasi pemasaran.

---

[5] Data-data diambil dari laporan *Trade Barriers to Exports of U.S. Filmed Entertainment*, Motion Picture Association of America, October 2010

Dari seluruh penjelasan yang ada tersebut, Silver menarik sebuah analisis tentang akar penyebab dominasi tersebut: kemungkinan besar, dominasi dan kebertahanan Hollywood itu adalah karena peran penting *manajemen strategis kemampuan pemasaran yang efektif* industri film AS tersebut.

Manajemen strategis yang efektif itu bisa terbaca dari langkah-langkah para Studio Besar (*Major Studios*) untuk membentuk lingkungan bisnis film dunia demi keuntungan komersial mereka, melalui eksploitasi berbagai peluang *macro-environmental* yang muncul ke permukaan. Hal ini bisa kita lihat dalam beberapa contoh berikut:

1. Para Studio Besar Hollywood dengan segera mengisi kekosongan pasar akibat Perang Dunia ke-2 yang membuat industri film Eropa terhambat dan terhenti berproduksi.
2. Hollywood selalu berada di garda depan menginvestasi dan memanfaatkan teknologi untuk mendukung strategi penjualan mereka, seperti: teknologi suara, technicolors, proses layar lebar (*wide screen*), menjual film ke televisi, menjual film ke Pay TV, lalu ke video rumahan, hingga baru-baru ini, menjual ke *video-on-demand* di internet.
3. Studio-studio Besar menumbuhkan kota Los Angeles sebagai klaster bagi industri film, agar mereka memiliki keunggulan kompetitif.
4. Periode produksi film gila-gilaan dalam hal jumlah, pada 1910-an dan 1920-an.

Manajemen strategis yang efektif juga bisa dilihat dari langkah-langkah penghapusan hambatan atau ancaman potensial bagi Hollywood:

1. Hollywood melobi pemerintahan pusat Washington untuk melawan *foreign trade barriers* dan membantu membuka pasar internasional baru bagi film-film mereka;
2. Hollywood menciptakan penghalang masuk bagi film-film asing untuk masuk ke AS;

3. Tesis Puttnam (1997) menyatakan bahwa Hollywood melancarkan upaya perang politis dan ekonomis yang disengaja, untuk menyingkirkan pesaing potensial mereka;

Manajemen strategis yang efektif juga dapat terlihat dari strategi-strategi korporasi yang spesifik, ketika para Studio Besar merancang agar posisi kompetitif mereka meningkat, misalnya dengan cara:

1. Pengembangan sebuah struktur industri oligopoli;
2. Peleburan vertikal Lima Besar studio pada 1920-an;
3. Pengendalian strategis bentuk-bentuk eksebisi, dari 1920-an hingga 1940-an.

Sedangkan manajemen pemasaran strategis Hollywood, bisa terlihat dari:

1. Eksploitasi yang sangat berhasil atas pasar dalam negeri AS yang sangat besar;
2. Memenuhi tuntutan khalayak melalui kanal-kanal kultural;
3. Kemampuan para Studio Besar untuk memproduksi secara massal pada Era Studio yang berhasil mengimbangi pertumbuhan pasar yang semakin berkembang.
4. Kemampuan Hollywood merancang produk-produk hiburan yang popular secara komersial mengisyaratkan kemampuan yang tinggi untuk mengembangkan produk-produk baru secara efektif;
5. Keahlian promosi yang mumpuni, terkait dengan strategi komunikasi yang efektif;
6. Pembangunan lobi Washington yang efektif sebagai strategi kehumasan Hollywood;
7. Pemapanan legitimasi industri dan korporasi yang dicapai melalui kehumasan strategis dan manajemen imaji industri film yang difasilitasi oleh asosiasi perdagangan MPA, yang hanya beranggotakan para Studio Besar Hollywood;

8. Kemampuan untuk mengakses modal dalam jumlah sangat besar untuk perluasan usaha, dengan melibatkan kehumasan strategis, sekaligus juga keterampilan *salesmanship* dan negoisasi;
9. Manajemen relasi di dalam klaster industri hiburan Los Angeles.

Tentu saja, tanpa dipelajari lebih jauh, poin-poin di atas akan tak bermakna. (Apa arti "manajemen relasi", misalnya?) Tapi, poin-poin tersebut dijajar untuk memberi gambaran kompleksitas "mesin" Hollywood bekerja. Mesin yang menjamin keberlanjutan dominasi Hollywood dalam industri film dunia.

Lalu, apakah "dominasi"?

Berbagai bacaan di bidang bisnis, hukum, dan pemerintahan merangkum dua ciri dalam kata "dominasi": (1) bahwa perusahaan-perusahaan yang mendominasi pasar memiliki kuasa pasar yang mencukupi untuk bertindak tanpa dipengaruhi dan dibatasi oleh para pesaing, sehingga mereka mampu mengendalikan harga dan *output*, sehingga (2) persaingan (kompetisi) dikurangi. [6]

Secara ringkas, dominasi pasar, dalam konteks ekonomi, menyiratkan sebuah kuasa dan kendali atas pasar yang tak terlawan, yang memungkinkan perusahaan-perusahaan terbesar memanipulasi harga-harga untuk mengoptimalkan laba/keuntungan mereka. (Shepperd 1990, Rosenbaum 1998, dikutip oleh Silver 2007).

Menurut Utton 1995, seperti yang dikutip oleh Silver:

Esensi dari dominasi pasar adalah kemampuan untuk mengendalikan pasar sedemikian rupa sehingga harga bisa dengan gigih dinaikkah di atas biaya, untuk mendapatkan keuntungan yang berlebihan.

---

[6] Jonathan Derek Silver, dalam tesisnya, *Hollywood's Dominance of the Movie Industry: How Did it Arise and How Has it Been Maintained*, University of Technology, Australia, 2007.

Tolok ukur kekuatan pasar sedemikian bisa dilihat pada: saham pasar yang dominan, kolusi, dan berbagai bentuk perilaku kartel, penjulangan hambatan tarif tinggi untuk masuk ke sebuah pasar sebagai akibat dari kepemilikan eksklusif atas sumber-sumber daya tertentu, kepemilikan paten serta *copyrights* (hak milik intelektual) serta kepemilikan berbagai kekuatan pasar yang teramat besar (Shepperd, 1977).

Dominasi Hollywood mulai meruak pada awal abad ke-20, tepatnya pada saat Thomas Alva Edison, lewat perusahaan filmnya Pathe, mencoba melakukan monopoli untuk pasar film di AS pada 1909-1915. Upayanya itu membuahkan perlawanan dari perusahaan-perusahaan film lain yang kemudian berkumpul di California, dan menciptakan sistem oligarki yang mengukuh pada masa Perang Dunia ke-2.

Sejak itu, struktur pasar oligopoli Hollywood membuktikan berulang-ulang ketangguhan mereka untuk tetap menguasai pasar hiburan dunia dengan berbagai cara. Mereka bahkan mengukuhkan kuasa pasar mereka melalui lobi-lobi politik internasional. Salah satu tolok ukur kekukuhan itu adalah: dibanding dengan perusahaan-perusahaan dalam industri lain, konglomerasi di Hollywood tak banyak berubah dalam beberapa dekade ini.

Bandingkan, misalnya, posisi perusahaan-perusahaan terbesar dari industri lain yang tercatat dalam daftar perusahaan terbesar menurut majalah bisnis terkemuka, *Fortune*. Dari daftar 500 industrialis terbesar yang merentang sejak 1966 hingga 1970, 71% terdepak dari ranking tersebut hanya dalam waktu lima tahun. Sementara untuk rentang waktu 1982 hingga 2002, jumlah yang terdepak dari daftar tersebut mencapai 50 %.

Sementara, perusahaan-perusahaan besar Hollywood sangatlah stabil. Tingkat keterdepakan perusahaan-perusahaan tersebut dari daftar industri besar, menurut Silver, hanyalah 12.5 % selama 75 tahun!

Daya bertahan sebagai raksasa industri di Hollywood tersebut tampak semakin kokoh. Ketika struktur perdagangan internasional semakin saling berkelindan, yang biasa dinamai sebagai perdagangan global atau perdagangan bebas internasional, industrialis Hollywood menjadi pemain utama pertarungan memperebutkan pasar internasional untuk produk-produk kultural.

Tak jarang, pihak MPAA, yang mewakili keenam konglomerasi media yang menguasai Hollywood, bernegoisasi secara langsung dengan negara-negara kurang maju atau terbelakang. Seolah-olah, posisi MPAA setara dengan negara-negara tersebut.

Hollywoodisme dan Perdagangan Dunia

Dalam sejarah perdagangan internasional, industri film yang masuk ke dalam jenis industri media audio-visual pernah (dan masih) menjadi arena tarung hukum internasional. Hal ini karena industri audio-visual adalah bagian dari industri yang menghasilkan produk-produk kultural. Persoalannya tak bisa murni dilihat sebagai masalah dagang semata.

Pada 3 Oktober 1989, Dewan Eropa mengeluarkan sebuah peraturan kontroversial: aturan proteksi atas siaran televisi Eropa terhadap siaran-siaran dari luar Eropa, terutama dari Amerika. Aturan ini biasa dikenal sebagai Arahan "Televisi Tanpa Perbatasan" (*Television Without Frontiers Directive*). Sepintas, nama ini menyiratkan sebuah arahan untuk, justru, meniadakan proteksionisme.

Memang, sebetulnya Arahan Televisi Tanpa Perbatasan ini hendak mengurangi hambatan-hambatan bagi aliran bebas informasi dan hiburan di antara sesama negara anggota Uni Eropa. Arahan ini hendak menjamin arus bebas itu dengan mengatur atau mengordinasikan penempatan, isi, dan jumlah sajian media di negara-negara anggota Uni Eropa, sambil *memastikan bahwa mayoritas isi siaran adalah berasal dari Uni Eropa sendiri*.

Batasan terakhir itulah yang menjadi kontroversi bagi para pengusaha industri hiburan di AS. Pada saat Arahan ini dirancang, 70 % siaran fiksi di televisi-televisi Uni Eropa adalah produksi AS. Prancis, dengan Arahan ini, menuntut agar ada kuota 60% isi siaran adalah buatan lokal Uni Eropa.

Tentu saja, banyak pihak di Hollywood seperti tersengat oleh proteksionisme yang langsung mengancam kemapanan ekspor produksi mereka ke Eropa. Malah, bukan hanya para pengusaha di Hollywood yang segera menyerang Arahan ini. Kongres AS pun, secara bulat mengutuk aturan mengenai isi lokal tersebut. Pemerintahan Bush pun menyebut Arahan tersebut sebagai "jelas-jelas proteksionis" dan mengancam akan mengambil langkah pembalasan.

Prancis agaknya negara Uni Eropa yang paling memetik manfaat dari penerapan aturan-aturan proteksionisme dalam industri hiburan. Pada 1992, film-film AS melahap 93 % penghasilan dari perfilman di Inggris, tapi hanya mampu meraup 58 % penghasilan dari perfilman di Prancis.[7] Jika dirata-rata, industri film AS menguasai sekitar 70 % pasar perfilman Uni Eropa, kecuali Prancis. Memang, Prancislah satu-satunya negara Uni Eropa yang memiliki industri perfilman paling menguntungkan di sana.

Prancis menerapkan subsidi sangat besar, selama beberapa dekade, kepada industri perfilman mereka. Barangkali, Prancis satu-satunya negara paling royal dalam memberi subsidi tersebut di dalam iklim industri hiburan dunia yang banyak mengambil model industri AS, yang tak mengandalkan subsidi pemerintah.

Tapi, lepas dari semakin besarnya jumlah subsidi yang diberikan pemerintah Prancis pada perfilman mereka, pendapatan Prancis dari film-film mereka ternyata semakin menurun. Jumlah penonton film-film Prancis menurun dari 183 juta penonton pada 1983, menjadi 120 juta pada 1992.

[7] Jonas M. Grant, '*Jurassic' Trade Dispute: The Exclusion of Audio-Visual Sector from the GATT*, diterbitkan sebagai komentar dalam *Indiana Law Journal,* Fall 1995, diterbitkan Trustees of Indiana University, Bloomington, Indiana.

Jonas M. Grant (1995), dalam laporannya tentang "perselisihan *Jurassic*", mengutip komentar seorang warga Prancis: "Film-film (Prancis) sangatlah membosankan. Orang-orang Prancis yang lebih suka menonton dinosaurus bertarung dalam *Jurassic Park* memberi pesan yang gamblang pada para pembuat film Prancis, namun tak ada yang paham. Para pembuat film itu hidup dengan dibiayai negara, tapi mereka terjebak dalam pandangan idiosinkratik (*nyeleneh*) mereka sendiri."[8]

Walau ada pesan-pesan semacam itu dari warga mereka sendiri, Prancis tetap menjadi pemain "bandel" dalam putaran-putaran perundingan perdagangan GATT dan WTO sehubungan produk-produk kultural macam film, meneruskan penalaran proteksionis mereka. Dalam putaran Uruguay yang dimulai sejak 1983 dan berakhir pada 15 Desember 1993, Hollywood harus berhadapan dengan kekerasan sikap Prancis itu, dan di atas kertas, kalah. Usaha Prancis ini, didukung oleh Kanada, meluas hingga pembuatan Deklarasi Universal Keragaman Budaya yang dilakukan oleh UNESCO pada tahun 2001 dan adopsinya menjadi Konvensi Keragaman Budaya pada tahun 2006.

Putaran Uruguay, dan GATT, pada dasarnya hendak menjamin peluruhan hambatan-hambatan perdagangan bebas internasional. Asumsinya, dengan pengurangan hambatan perdagangan bebas tersebut, akan lebih banyak uang, barang dan jasa secara tetap akan terus mengalir dalam ekonomi dunia, menciptakan banyak kesempatan kerja baru.

Tapi, menyangkut produk-produk kultural, ada perkecualian. Putusan GATT yang hendak menjamin agar produk-produk asing masuk dengan mudah ke sebuah negeri, tak diterapkan pada industri budaya, termasuk film. Bill Clinton yang saat itu ikut memimpin perundingan sebagai Presiden AS, secara umum merasa senang atas hasil-hasil yang semakin melancarkan perdagangan bebas itu, merasa kecewa karena Hollywood terpaksa jadi pecundang dalam hasil akhir perundingan.

---

8 Jonas M. Grant, *idem*.

Uni Eropa, dengan Prancis berdiri di barisan terdepan, berhasil mengeluarkan produk-produk audiovisual dari bidang yang dikenai kesepakatan perdagangan bebas GATT. Uni Eropa yakin sekali bahwa kehidupan budaya mereka terancam oleh "imperialisme kebudayaan" dari AS melalui produk-produk audio-visual mereka.

Isu ini ternyata sangat genting. Perselisihan soal produk audio-visual ini menjadi isu paling panas antara AS dan Prancis. Presiden Clinton mendesak agar tak ada proteksi bagi produk-produk audio-visual, tapi menteri kebudayaan Prancis, Jacques Toubon bersikeras tak mau menandatangani perjanjian Uruguay 1993 jika masih menyertakan produk-produk audio-visual. Ini adalah isu terakhir di dalam putaran itu yang tak bisa didamaikan.

Tak ada yang mau mengorbankan perjanjian Uruguay itu, sebetulnya. Jika Prancis ngotot tak mau tandatangan, kemungkinan besar Uni Eropa akan meninggalkan Prancis demi mendapatkan keseluruhan perjanjian tersebut. Tapi, Clinton akhirnya memutuskan bahwa Hollywood ia keluarkan dari perjanjian. Maka perjanjian ditandatangani, tapi isu produk-produk audio-visual, juga produk-produk budaya secara umum, ditunda penyelesaiannya.

Isu-isu seputar industri budaya, produk-produk budaya, serta ukuran kebijakan-kebijakan budaya memang masih jadi isu-isu panas dalam kiprah WTO. Kita definisikan satu per satu istilah-istilah utamanya. Kita tengok definisi-definisi yang diurai Tania Voon dalam *Cultural Products and the World Trade Organization* (2007).

Industri budaya adalah istilah yang kemungkinan pertama kali digunakan pada 1947 oleh Theodor Adorno, yang menggambarkan film sebagai sebuah "sektor pusat" dari industri budaya yang ia ulas dalam kritiknya terhadap budaya massa. UNESCO menyarankan bahwa industri budaya "secara umum (mencakup) berbagai produk cetak, penerbitan dan multimedia, audio-visual, fonografik (musik, dan sebagainya),

dan sinematografik, selain juga produk-produk kekriyaan dan desain." Dan definisi lebih luas atas industri budaya tersebut lantas bisa jadi mencakup pula "arsitektur, seni visual dan pertunjukan, olahraga, manufaktur alat-alat musik, iklan, dan turisme budaya."

Voon sendiri lebih memilih pengertian industri budaya sebagai industri audio-visual dan industri cetak serta penerbitan. Produk-produk dari industri budaya itu akan disebut sebagai *produk-produk budaya*, yang mencakup, terutama: film, video, radio, televisi, perekaman suara, buku-buku, majalah-majalah, jurnal periodik, serta jasa-jasa terkait.

Ukuran kebijakan-kebijakan budaya adalah ukuran-ukuran yang secara ketat dirancang untuk melindungi (memproteksi) atau mempromosikan aspek-aspek kebudayaan dari produk-produk budaya, sedemikian rupa sehingga ukuran-ukuran tersebut dapat berdampak pada perdagangan barang dan jasa.

Para anggota WTO sering menerapkan ukuran kebijakan budaya berupa kuota isi nasional minimum yang musti ada di dalam film, televisi, dan radio. Kanada, misalnya, menerapkan kebijakan penyiaran yang secara khusus menyatakan bahwa: "setiap acara yang disiarkan, harus memanfaatkan secara maksimal, serta tak boleh sama sekali mengurangi 'jatah' lazim penggunaan tenaga kreatif dari warga Kanada, atau sumber lainnya, dalam mempresentasikan program."

Contoh lain, Prancis, yang menerapkan kuota dalam penayangan film bahkan sejak 1928. Dan kuota bagi program-program televisi Eropa dan Prancis melebihi persyaratan dari Arahan *Television Without Frontiers*.

Bentuk lain kebijakan budaya untuk industri film bisa berupa pendampingan yang mengambil bentuk insentif-insentif pajak untuk investasi atau pun untuk produksi film nasional, dengan nasionalitas ditetapkan berdasarkan berbagai kriteria berbeda. Contohnya: Inggris menyediakan insentif pajak bagi investasi dalam film Inggris dan produksi televisi.

Di Mesir, seorang produser film Mesir berhak untuk mendistribusikan sejumlah tertentu film asing jika dikaitkan dengan produksi film Mesir. Saat ini, jumlah maksimumnya adalah lima film asing yang didistribusikan sebagai imbalan bagi satu buah film Mesir yang diproduksi. Keuntungan yang didapat dari melakukan upaya distribusi film asing oleh para produsen film Mesir, dapat membantu pendanaan film-film Mesir sendiri (Voon, 2007).

Banyak anggota WTO juga memberikan subsidi dalam jumlah sangat besar bagi industri audio-visual lokal. Prancis, telah disebutkan, sangat royal dalam hal pemberian subsidi bagi industri filmnya. Malah, model subsidi bagi industri film rupanya amat lazim di Uni Eropa. Tapi, negara-negara yang menerapkan model subsidi untuk industri film, tak sebatas negara-negara Eropa saja. India, misalnya, juga memberi subsidi bagi sektor industri audio-visual dalam jumlah mencapai USD 170.8 juta untuk tahun 2001-2.

Kebijakan-kebijakan subsidi ini umumnya terkait dengan kebijakan-kebijakan untuk membatasi atau kuota bagi masuknya produk-produk budaya asing ke dalam sebuah negara.

Di jantung pertarungan antara proteksi dan perdagangan bebas di bidang budaya ini ada sebuah pertarungan antara "perdagangan" dan hal selain perdagangan. Dengan kata lain, ini adalah pertarungan antara kepentingan liberalisasi perdagangan dengan kepentingan lain. Atau, mengutip ungkapan Joel Trachtman (1998), ini adalah pertarungan antara "nilai-nilai perdagangan melawan nilai-nilai sosial lainnya".

Produk-produk budaya bukanlah sekadar barang atau jasa, tapi dianggap lebih dari itu: memiliki nilai sebagai *public goods*. Negara dianggap memiliki keabsahan atau legitimasi dalam mendukung secara langsung produk-produk budaya negaranya, dalam arti melakukan proteksi.

Legitimasi itu antara lain berdasarkan anggapan bahwa produk-produk budaya memang bukan hanya berfungsi untuk menghibur atau dikonsumsi sambil lalu saja. Ada sifat-sifat dari produk-produk budaya yang memberi legitimasi proteksi negara tersebut.

Salah satu pandangan yang mencuat adalah bahwa produk-produk audiovisual "melayani sebuah fungsi amat penting dalam menyediakan informasi bagi publik dan karenanya juga amat penting bagi pembentukan opini publik."[9] Anton Carniaux, menyatakan bahwa produk-produk audiovisual memiliki tujuan edukasional (Voon, 2007).

Ayat 8 dari Deklarasi Universal mengenai Keragaman Budaya menggambarkan bahwa "barang-barang dan jasa budaya … sebagai vektor identitas, nilai, dan makna, yang tak boleh diperlakukan sebagai hanya komoditi atau barang-barang konsumen."

Di dalam WTO sendiri, Brazil jadi salah satu negara yang menggarisbawahi peran "jasa-jasa audiovisual dalam transmisi dan difusi nilai-nilai serta gagasan-gagasan budaya."[10] Sementara, Australia pun menyarankan bahwa jasa-jasa budaya semacam ini "mengembangkan dan mencerminkan sebuah rasa identitas nasional dan budaya di dalam masyarakat multikultural Australia."[11] Bahkan AS pun mengakui bahwa "sektor audio-visual mungkin memang memiliki karakter-karakter budaya yang khusus."[12]

Namun, di sisi lain, Voon juga mengangkat pandangan-pandangan yang melihat produk-produk budaya adalah, bagaimana pun, barang dagangan. Menurut Voon, "…arti penting secara ekonomis dari produk-produk budaya pun tak

[9] Grischa Perino dan Günther Schulze, "*Competition, Cultural Autonomy and Global Governance: The Audio-Visual Sector in Germany*" dalam Guerrieri, Iapadre, dan Koopmann, *Cultural Diversity 52*. Dikutip oleh Tania Voon, 2007.
[10] WTO, Council for Trade in Services, *Communication from the United States – Audiovisual and Related Services*, S/CSS/W/21 (18 Desember 2000).
[11] Australian Department of Foreign Affairs and Trade, *Australian Intervention*.
[12] WTO, Council of Trade in Services, *Communication from the United States*…

bisa dilupakan dalam menilai pembenaran atau justifikasi bagi ukuran-ukuran kebijakan budaya yang bersifat membatasi perdagangan. Tak seperti aspek-aspek kebudayaan lain yang lebih abstrak, sungguh tak bisa dibantah kegiatan membuat dan menjual produk-produk budaya dalam pasar domestik maupun perdagangan internasional secara umum termotivasi oleh keinginan mendapatkan keuntungan." (Voon, 2007)

Voon memberi contoh, bahwa menurut sebuah laporan, nilai penjualan secara global produk rekaman musik adalah USD 32 Milyar pada 2003. Ini nilai komersial yang sangat tinggi. Terhadap nilai macam begini, Adorno menampik adanya nilai kebudayaan dalam produk-produk tersebut. Bagi Adorno, "satuan-satuan budaya yang tipikal dari industri kebudayaan bukan lagi komoditi *juga*, tapi komoditi luar dalam."[13]

Tapi, Voon mengambil posisi tengah: "Fakta bahwa semestinya ada 'ukuran-ukuran yang lebih dalam' bagi kebudayaan daripada majalah-majalah olah raga dan opera sabun bukan berarti bahwa tipe-tipe produk budaya semacam ini adalah tak punya makna kebudayaan yang penting." (Voon, 2007)

Voon lalu mengutip preambule Rekomendasi untuk Partisipasi dalam Kehidupan Budaya keluaran UNESCO yang menyatakan bahwa, "media massa dapat menjadi sebuah media untuk pengayaan kebudayaan, baik dengan cara membuka berbagai kemungkinan baru bagi perkembangan kebudayaan, dan dalam menyumbang pada pelestarian dan popularisasi bentuk-bentuk kebudayaan tradisional, juga dalam penciptaan serta penyebaran dari bentuk-bentuk baru."

Voon pun mengingatkan lagi keharusan kita menampik godaan untuk menempatkan nilai lebih besar pada "budaya tinggi" macam balet dan teater, lebih daripada budaya "rendah" atau "pop" seperti film dan musik kontemporer. Kata Voon, "mengenali nilai kebudayaan pada kedua rangkaian produk

[13] Theodore Adorno, *Cultural Industry: Selected Essays on Mass Culture,* 1991.

budaya adalah lebih demokratis serta lebih memungkinkan bagi pertumbuhan subur sebuah keragaman yang lebih besar."

Dengan kata lain, kita bisa simpulkan bahwa produk-produk budaya memiliki aspek budaya maupun komersial. Sifat mendua dari produk-produk budaya menyarankan bahwa klaim negara berhak untuk mendukung produk-produk budaya untuk mempromosikan atau melestarikan kebudayaan memang absah.

Tentu saja, Hollywood tak tinggal diam. Mereka mengerahkan lobi-lobi politik ke dalam dan ke luar negeri mereka, menantang "kesepakatan untuk tak sepakat" dalam GATT/WTO mengenai produk-produk budaya ini.

Apa yang terjadi pada perfilman kita sejak Februari 2011 lalu adalah salah satu contoh langkah AS melawan setiap langkah proteksionisme terhadap produk-produk audiovisual mereka. Kisruh pajak film impor yang sebetulnya perseteruan antara pemerintah dengan penunggak pajak film impor di dalam negeri, menjadi pintu bagi AS untuk menekankan kepentingan mereka.

Yang menarik, sebetulnya pihak MPA (Motion Picture Association) sebagai distributor film yang mewakili Enam Besar konglomerasi media Hollywood, punya versi sedikit beda pada soal pajak film impor ini dengan versi Kelompok 21.

Setelah narasi pihak Kelompok 21, lewat konperensi pers oleh Noorca Massardi, menyatakan bahwa Hollywood memboikot Indonesia karena tafsiran baru pajak film impor dan itu akan merugikan bioskop sehingga nantinya akan berdampak negatif pada perfilman nasional, MPA malah menampik "desas-desus tentang boikot film" itu di *The Jakarta Post*, 23 Februari 2011.

Mike Ellis, presiden dan direktur pelaksana MPA Asia-Pasifik, menyatakan bahwa tidak ada keputusan komersial bersama

yang telah didiskusikan atau telah diambil oleh Studio-studio besar yang tergabung dalam MPA.[14]

Menurut Ellis, segala putusan mengenai peredaran film sepenuhnya di tangan masing-masing studio anggota MPA (yang mencakup 20th Century Fox, Paramount, Sony Pictures Studio, Walt Disney, dan Warner Bros). Ellis menyebutkan bahwa peredaran sebuah film dilakukan oleh masing-masing studio itu berdasarkan pertimbangan kepentingan bisnis mereka sendiri, dan keadaan pasar yang mereka tengarai, termasuk aturan pajak yang bisa mereka penuhi atau tidak.

Apa yang terjadi, bagi Ellis, bukanlah boikot, tapi upaya dialog, antara MPA dan pemerintah RI. "Pihak MPA dan perusahaan-perusahaan anggotanya sedang berdiskusi dengan para pejabat berwenang dari pemerintahan Indonesia dalam tiga bulan ini. Diskusi-diskusi tersebut masih berlanjut, dan kami berharap akan ada hasil yang positif."

Memang, yang lama-lama terlihat ke masyarakat luas adalah masalahnya lebih terletak pada perusahaan pengimpor film-film Hollywood di Indonesia itu sendiri: selama tunggakan pajak belum tuntas, mereka tak diperbolehkan melakukan kegiatan apa pun. Pihak MPA atau Hollywood sendiri,

Ketika akhirnya, pada akhir Juli 2011, film *Harry Potter 7.2* dan *Transformers 3* masuk ke Indonesia, yang terjadi adalah sebuah sketsa kekalahan posisi pemerintah RI di hadapan Hollywood, maupun di hadapan korporasi negeri sendiri. Kekalahan posisi yang antara lain disebabkan ketidakkompakan Menteri Keuangan Agus Martowardojo dengan Menteri Budaya dan Parawisata, Jero Wacik.

Sejak semula, dengan segala keterbatasan pemahamannya tentang industri film, Menkeu Agus Martowardojo dengan tepat memandang bahwa persoalan industri film adalah persoalan

[14] Esther Samboh, "Movie producers deny rumors of Hollywood 'boycott threat'", dalam *The Jakarta Post*, 23 Februari 2011.

distribusi. Tapi, Jero malah “pasang badan” agar film *Harry Potter* dan *Transformers* masuk ke Indonesia, bagaimana pun caranya. Artinya, mendefinisikan “selesai” dalam masalah impor film ketika kedua film itu bisa masuk ke Indonesia pada waktunya, dan bukan saat masalah pajak tertunggak mulai dibayarkan atau saat masalah distribusi film di Indonesia berhasil dibenahi.

Dengan perbedaan itu, maka posisi tawar Indonesia di hadapan Hollywood menjadi lemah. Joko Anwar (sutradara film *Janji Joni*), dalam rangkaian twit-nya di *Twitter,* menyatakan bahwa posisi Indonesia memang sudah lemah sejak semula: jumlah penonton bioskop di Indonesia amat kecil jika dibandingkan pasar penonton di negara-negara lain. Hollywood, gampangnya, tak akan rugi-rugi amat jika tak memutar film-filmnya di Indonesia.

Tapi, Joko tak berpikir sebagai seorang industriawan. Bagaimana pun, Indonesia dengan jumlah penduduk di atas 200 juta, adalah pasar potensial. Apalagi jika kita menghitung aspek industri ikutan yang mengiringi industri utama Hollywood, seperti bisnis *merchandizing* dan sebagainya. Kecilnya jumlah penonton bioskop di Indonesia saat ini lebih mencerminkan bahwa ada yang salah dalam sistem perfilman Indonesia. Hollywood sebetulnya berkepentingan jika sistem perfilman Indonesia terbenahi, maka mereka akan masuk dan memanfaatkannya pertama kali.

Dengan masuknya *Harry Potter* dan *Transformers* ke Indonesia pada akhir Juli 2011, pembenahan sistem perfilman kita agaknya harus tertunda lagi. Hollywood menang lagi, di Indonesia, dan itu karena kelemahan para pengambil kebijakan kita sendiri.

Sebagian, kelemahan itu tercermin dari kesan tunduknya pemerintah (khususnya yang diwakili oleh Jero Wacik) pada kehendak sebagian golongan yang menganggap adalah esensial menonton *Harry Potter* dan *Transformers* di bioskop *gedongan* Indonesia secara segera. Kesan ini sebetulnya menyentuh satu aspek Hollywoodisme yang penting kita ulik: *mengapakah film-film Hollywood bisa menerbitkan ketergantungan sedemikian rupa dari para konsumennya?*

Hollywoodisme Dalam Pola Penceritaan

Setelah kita memahami mesin bisnis Hollywood, keadaan-keadaan infrastruktur Hollywood yang membuatnya dominan dalam industri film dunia, maka kita pun musti kembali pada produk-produk (utama) Hollywood itu sendiri: film-film keluaran Hollywood.

Dengan kata lain, kita mengulik Pola Penceritaan yang menjadi karakter, sekaligus formula-laris, dalam film-film Hollywood itu sendiri. Di titik ini, kita akan menemukan bahwa ada keterjalinan erat antara moda industri Hollywood, yang bisa kita lacak dari sejarahnya, dengan moda penceritaan Hollywood.

David Bordwell, dalam *The Way Hollywood Tells It: Story and Style in Modern Movies* (2006) mengidentifikasi teknik-teknik naratif Hollywood yang menurutnya terbukti berhasil menyedot penonton jutaan orang, selama *delapan puluh tahun ini*.

Bordwell menyebut teknik-teknik naratif atau pola penceritaan Hollywood itu sebagai "*classical*". Bordwell sendiri memfokuskan penelitiannya pada pola penceritaan Hollywood "*postclassical*" (pascaklasik) yang ia identifikasi bermula pada 1960-an. Sementara, pola penceritaan klasik diidentifikasi oleh Bordwell telah ajeg tersusun oleh para pembuat film AS pada 1917.

Kelahiran pola penceritaan klasik Hollywood itu terkait dengan bangkit dan jatuhnya sistem Studio di industri film AS. Pada masa awal kebangkitan Hollywood di awal abad ke-20, perlahan terbentuk Sistem Studio di Hollywood.

Sebermula adalah inovasi teknologi audio-visual dan keserakahan Thomas Alva Edison. Setelah mengeksploitasi temuan teknologi film pada akhir abad ke-19 dan awal abad ke-20, lewat perusahaannya maupun, terutama, pematenan proses pembuatan film. Dengan senjata paten tersebut, Edison memaksa semua pembuat film untuk selalu membayar kepadanya setiap kali mereka membuat film. Praktik industri film Edison berbasis di New York.

Pada awal 1910, sutradara D.W. Griffith dikirim oleh perusahaannya, Biograph Company, ke pantai Barat AS untuk membuat film di dekat Los Angeles. Griffith dan para awaknya memutuskan untuk jalan-jalan lebih jauh ke luar kota, dan tiba di sebuah desa di sebelah utara, bernama Hollywood. Griffith memutuskan untuk membuat film di situ, film pertama yang dibuat di Hollywood: *In Old California*.

Setelah beberapa bulan di Hollywood, Griffith dan para awak serta bintangnya rampung membuat beberapa film di situ. Hal ini didengar oleh banyak pembuat film di New York, dan pada 1913, banyak dari mereka yang pergi ke Hollywood juga, untuk menghindari biaya tinggi pembuatan film yang dipaksakan oleh Edison. Industri film pun tumbuh di situ. Walau pembuatan film di masa sebelum Perang Dunia ke-1 dilakukan di beberapa kota AS, tapi rata-rata kemudian tersedot ke wilayah selatan California seiring pertumbuhan industri film tersebut.

Tentu saja Hollywood atau California ternyata cocok sekali untuk industri film. Di daerah itu, matahari terbit sepanjang tahun dan memungkinkan syuting di luar ruangan serta produksi film terus terjadi sepanjang tahun itu. Pemandangan alam yang kaya pun tersedia. Dari lokasi itu, muncul film yang dianggap sebagai model pertama film modern: *The Birth of a Nation* (1915) karya Griffith. Banyak *template* dan cikal pakem naratif visual film yang diterapkan oleh Griffith di film tersebut.

Bersamaan dengan itu, gelombang migran Yahudi dari Eropa banyak yang memulai kewirausahaan mereka di industri film, dan mengembangkan cikal bakal sistem Studio. Sistem ini mulai mapan pada 1920-an dan bertahan hingga 1960-an.

Sistem Studio kurang lebih mengacu pada praktik yang diterapkan oleh (pada mulanya) delapan studio besar Hollywood[15] yang

[15] Delapan studio itu kemudian saling berintegrasi menjadi "*The Big Five*", yang terdiri dari Fox Film Coorporation (kemudian menjadi 20th Century Fox), Loew Inc. (pemilik MGM), Paramount Pictures, RKO Radio Pictures, Warner Bros. Di samping mereka, ada juga dua konglomerasi lebih kecil, yang nantinya akan jadi pemain besar: Universal Pictures dan Columbia Pictures.

mencakup: (1) memproduksi film terutama di dalam studio-studio tersebut, yang dikerjakan oleh para awak kreatif yang lazimnya terikat kontrak jangka panjang dengan studio, dan (2) mengejar integrasi vertikal dalam praktik bisnis mereka, melalui kepemilikan atau kendali penuh terhadap jalur distribusi dan rantai bioskop di AS.

Sistem Studio ini mengukuhkan pola penceritaan Hollywood yang diulas Bordwell. Pengukuhan ini terjadi karena Sistem Studio menyempurnakan, mereplikasi, memapankan pola penceritaan ini melalui berbagai aparatus bisnisnya. Misalnya, dengan menerapkan kontrak jangka panjang dan ketat bagi para awak kreatif film, termasuk para sutradara dan pembuat skenario, Sistem Studio menjamin keberulangan pola cerita klasik tersebut.

Bahkan ketika secara kelembagaan, Sistem Studio itu harus dibongkar, pengukuhan tersebut tetap terjadi. Pada 1948, putusan dan Mahkamah Agung AS melarang praktik monopoli studio-studio Hollywood yang menguasai jalur distribusi dan eksebisi[16]. Pembuyaran praktik monopoli yang disebut integrasi vertikal itu tak menghalangi tumbuhnya konglomerasi Hollywood. Studio-studio besar tetap berkuasa, dalam aturan main baru, dan tetap mengukuhkan pakem-pakem produksi yang melahirkan pola penceritaan klasik Hollywood.

Bordwell mengidentifikasi pola penceritaan klasik Hollywood itu sebagai berikut: Pertama-tama, ada tiga aspek penceritaan yang menjadi inovasi Hollywood dan terus bertahan hingga kini (Bordwell, 2006).

Inovasi pertama, adalah formula Drama Tiga Babak untuk film. Ini adalah struktur naratif klasik ala Hollywood, dan telah jadi "rahasia umum" lewat penyebaran prinsip-prinsipnya melalui berbagai buku petunjuk dan pelatihan penulisan skenario film dari Syd Field, Robert McKee, Christopher Vogler, dan lain-lain.

[16] Lihat pembahasan soal ini di Bab IV tentang Distribusi.

Dengan berbagai variasi perubahan, Drama Tiga Babak ini terdiri dari Babak 1, yang berisi pengenalan semesta cerita, pengenalan protagonis, dan kejadian-kejadian pemicu cerita yang berujung pada *the point of no return*. Babak 2, terdiri dari serangkaian kerumitan, krisis, dan pembalikan keadaan bersama aksi-aksi yang semakin meningkat. Babak kedua ini harus berujung pada saat gelap atau saat tergelap bagi tokoh utamanya. Babak 3, harus berisi sebuah klimaks yang berterusan (*continuous*), dan berpuncak pada sebuah resolusi (penuntasan) yang mengisyaratkan sebuah harmoni dan keseimbangan baru (Bordwell, 2006).

Struktur penceritaan Drama Tiga Babak ini bisa diterapkan dalam genre apa saja. Beberapa *guru* skenario atau pembuat film yang inovatif juga mengembangkan struktur penceritaan ini menjadi beberapa bagian yang lebih rinci. Tapi, menurut Bordwell, dasar dari berbagai pengembangan itu tetap sama, dan karenanya, struktur ini jadi tolok ukur koherensi sebuah cerita film bagi sebagian besar produser, pembuat film, kritikus, dan penonton.

Saking mapannya struktur klasik ini, praktik seleksi naskah menjadi mudah dan sangat terukur: sudah terstandarkan, titik-titik genting dalam Struktur Tiga Babak itu akan jatuh di halaman berapa sajakah dalam sebuah skenario.

Inovasi kedua adalah terletak pada karakterisasi. Di masa Sistem Studio, manual para pengarang untuk penulisan cerita film sangat memerhatikan soal konsistensi karakter, dan mendorong para penulis untuk menggabungkan berbagai sifat manusia pada para karakter itu agar memunculkan sebuah kepribadian yang meyakinkan. Menurut Bordwell, *manual* yang berlaku saat ini menuntut satu hal tambahan: "Setiap karakter utama harus punya kekurangan."

Misal dari kekurangan karakter utama itu adalah klise-klise semacam: karakter rapuh, terdera oleh "setan pribadi", terdorong ke sisi gelap –klise-klise cerita yang dimunculkan agar sang protagonis memiliki kelemahan yang memikat. Salah

satu "kelemahan" yang menarik dalam penceritaan ini juga adalah kehadiran "hantu", atau sesuatu dari masa lalu yang harus dihadapi dan dilawan sang karakter utama agar ia bisa mengambil keputusan.

Inovasi ketiga adalah "perjalanan mitis". Pembuat film macam George Lucas merasa amat berterimakasih pada seorang ahli mitologi, Joseph Campbell, yang mengenalkan konsep perjalanan mitis sehingga ceritanya, trilogi *Star Wars*, bisa selesai. Konsep ini menempatkan seorang "pahlawan" ke dalam perjalanan mitis, ke sebuah situasi luar biasa, dan sesudah perjalanan itu, sang tokoh di akhir kisah akan kembali ke situasi normalnya, dengan jiwa dan semangat baru.

Sejak 1980-an, dengan bangkitnya sinema *blockbuster* yang kebanyakan merupakan naratif spektakular (istilah dari Geoff King), konsep "perjalanan mitis" semakin banyak dipakai.

Dari ketiga inovasi itu, Bordwell kemudian mengambil rangkuman Kristin Thompson dalam bukunya, *Storytelling in the New Hollywood*, tentang struktur penceritaan klasik Hollywood: (1) *The Setup*, (2) *Complicating Action*, (3) *Development*, (4) *Climax*, dengan tambahan penting *Epilogue*.

Bordwell sendiri, pada bukunya tersebut, sebetulnya memusatkan perhatiannya pada keadaan Pascaklasik yang ia anggap dimulai pada 1960. Banyak pengamat yang menganggap keadaan Pascaklasik pola penceritaan Hollywood adalah keadaan tergantikannya pola penceritaan klasik oleh pola penceritaan baru. Ada yang menganggap bahwa pola penceritaan baru itu adalah pola-pola cerita *Blockbusters*, yang sering dianggap merupakan tonggak hilangnya "cerita" dan pergeseran tekanan pada sensasi visual dan efek spesial.

Tapi, bagi Bordwell, pola cerita *blocksbusters* tetaplah menerapkan pakem-pakem klasik, hanya saja disempurnakan. Lalu, apa yang jadi ciri "pascaklasik"? Sebagian pengamat lain menganggap, ciri itu adalah hadirnya pola penceritaan "posmodern" yang

serba-memelesetkan pakem-pakem klasik; atau, pembuatan film yang serba-sadar dan serba-mengacu sejarah sinema (*self-referential*). Lagi-lagi Bordwell membantahnya.

Moda self-referential atau "*playfully knowing*" dalam film-film Hollywood, seperti dicatat Bordwell, telah terjadi bahkan pada awal Era Studio. "*Did the 'classical cinema' end with the playfully knowing Singin' in the Rain* (1952), *or with the playfully knowing* Citizen Kane (1941), *or with the playfully knowing Sherlock*, Jr. (1924)?" (Bordwell, 2006).

Bagi Bordwell, tidak tepat benar soal kehadiran moda "*playfully knowing*" itu yang jadi penanda pascaklasik. Ia lebih memusatkan perhatiannya pada kehadiran generasi pembuat film Hollywood yang berada pada situasi *belatedness*, keterlambatan perasaan gamang akibat menemui keadaan bahwa semua capaian pembaharuan (sepertinya) sudah dilakukan oleh generasi-generasi sebelumnya, dan tak ada lagi ruang pembaharuan tersisa untuk mereka.

Dalam keterlambatan itulah, para pembuat film Hollywood lantas bermain-main dengan pola-pola penyempurnaan, *tribute, self-referential*, daur-ulang, dan sebagainya. Bordwell mengidentifikasi keadaan itu mulai terjadi pada 1960. Sejak itu, para pembuat film Hollywood harus mencipta dengan hantu puncak-puncak ciptaan masa silam. Walau, menurut Bordwell, bukan berarti tak ada lagi karya-karya "nomor wahid".

Film-film indie sejak 1960-an hingga 2000-an, misalnya, tentu saja masih menunjukkan pesona cerita. Seringkali, karya-karya *indie* itu dianggap melakukan pembaharuan pola penceritaan, sementara yang terjadi adalah sekadar penajaman atau pendekatan baru bagi pola lama. Juga, film-film bernarasi spektakular dari jajaran *blockbusters*, masih bisa terasa segar, bahkan ketika mengukuhkan pola cerita lama.

Dengan ulasan dalam bukunya itu, Bordwell menegaskan kehadiran Hollywoodisme dalam pola penceritaan. Dan dengan dominasi industri Hollywood di dunia sebagai *de facto*, maka pola penceritaan itu terasa seperti omnipoten hadir di mana, menaungi segala.

Setidaknya, Hollywood menjadi tolok ukur pola penceritaan film di sebagian besar bagian dunia. Bagus tidaknya penceritaan film di negara selain AS, seringkali dibandingkan dengan standar pola penceritaan Hollywood. Atau, pola penceritaan Hollywood diadopsi untuk memenuhi kebutuhan lokal. Tapi, beberapa lokal mencoba melawan.

Prancis dan Eropa secara umum, Iran, Jepang, Asia Tenggara, adalah wilayah-wilayah kreatif dunia film (atau film dunia) yang punya kelompok-kelompok sineas yang selalu mencari jalan agar terlepas dari dominasi pola penceritaan Hollywood. Belum lagi capaian-capaian individual yang dengan penuh kesadaran memang menolak Hollywoodisme. Misalnya, karya-karya Michael Winterbottom, Lars Von Trier, atau Mike Figgis, menunjukkan penciptaan ruang di luar Hollywoodisme itu.

Kita telah melihat bagaimana pola penceritaan klasik Hollywood itu terkait dengan moda produksi mereka. Maka, pola-pola penceritaan non-Hollywood itu pun terkait dengan moda produksi yang non-Hollywood.

Kita lihat, misalnya, pola-pola penceritaan sinema alternatif Asia Tenggara di Thailand, Filipina, Singapura, Malaysia, atau Indonesia: umumnya disangga oleh kamera digital yang memberi banyak kemudahan di luar pakem produksi Hollywood.

Misalnya, kamera digital ada banyak macam dan kelas. Kamera digital yang kecil, kelas kamera genggam, bisa dibawa ke mana-mana, ke tempat-tempat yang sulit dijangkau oleh kamera-kamera besar. Misalnya, ruangan rumah yang sangat sempit di sebuah gang kumuh, bisa leluasa dijelajah kamera digital yang kecil.

Kelenturan ini membuka ruang naratif baru: demokratisasi subjek, sehingga film mampu menjamah narasi-narasi kecil dan terpinggir yang tak menarik perhatian kamera-kamera besar. Juga, demokratisasi pembuatan film –ketika semakin banyak orang dapat membuat film (walau dengan alat dan perencanaan sederhana), maka keragaman pola bercerita pun terjamin.

Salah satu contoh adalah sinema alternatif dari Thailand. Kemenangan Aphitchatpong Weerasethakul di kompetisi utama Festival Cannes 2010, dengan *Uncle Boonmee Who Can Recall His Past Life*, adalah pengakuan internasional atas sebuah suara dari pinggir Asia Tenggara. Film ini mengangkat dunia sawah, semesta agrikultur, yang penuh mitos dan masa silam traumatik, minim drama tapi menyimpan misteri, dengan kamera digital.

Sang kamera mengembara ke sawah malam hari, menatap kerbau di sawah, merekam makhluk jejadian, mewujudkan mitos tuan putri buruk rupa dan seekor lele raksasa. Cerita yang terbentuk adalah kolase imaji, ide, mitos, kenangan, dan sayup-sayup sejarah pembantaian kaum komunis oleh militer Thailand.

Pendekatan kamera digital Aphitchatpong di film ini jelas non-Hollywood. Tak ada tata cahaya yang mahal model Hollywood. Tak ada juga iringan musik latar macam di film-film Hollywood. Pemain-pemainnya mayoritas bukan aktor/aktris profesional. Struktur penceritaan, apalagi: tak ada karakterisasi yang bisa dipegang dengan jelas motifnya, perkembangannya, dan "hantu"-nya tak seperti yang digariskan oleh pakem Hollywood.

Walau sinema alternatif ala Aphitchatpong bukan gelombang besar di Thailand, tapi Aphitchatpong tak sendirian. Ada Uropong Raksasad, misalnya, yang juga mengangkat dunia agraria dari dalam, dengan mata kamera digital sederhana, dalam *Agrarian Utopia dan Stories From The North*. Baik karya Aphitchatpong maupun Uropong, tak memerlukan eksebisi mewah di bioskop *gedongan*, tapi bisa di ruang-ruang desa, ditonton para petani

atau buruh, walau juga berkiprah di festival-festival film dunia yang terhormat.

Sinema alternatif Asia Tenggara seperti yang ada di Thailand ini menegaskan bahwa setiap negeri, setiap lokus budaya, punya peluang untuk mencipta moda produksi budayanya sendiri. Walau harus berhadapan dengan kekuatan omnipoten Hollywood, yang lokal selalu punya tempat.

Bollywood, Nollywood –dan Kita?

Model industri film di dunia pun mau tak mau beragam, walau selalu dalam bayang-bayang raksasa Hollywood. Yang lokal akan selalu membentuk pengaruh yang datang dari luar: sejarah, tradisi, keadaan geokultural dan geopolitik lokal, akan membentuk pengaruh-pengaruh luar yang masuk menjadi ramuan keadaan lokal yang dinamis.

Dalam hal film, hal ini bisa tampak dari peta perfilman dunia. Dari segi penghasilan, Hollywood masih raksasa nomor satu dengan Eropa menyusul di nomor dua. Tapi, dari segi jumlah film yang dihasilkan, petanya akan lain. Negara terbesar dalam jumlah produksi film adalah India, dengan industri filmnya yang terkenal sebagai Bollywood. Dan nomor dua? Nigeria. Nomor tiga, baru AS. (!)

Industri film Nigeria dalam beberapa tahun belakangan meraksasa dari segi jumlah produksi berkat revolusi digital. Pertumbuhan spektakular industri ini menyebabkan Nigeria mendapat julukan Nollywood, dan kini menjadi model pertumbuhan industri film di negara-negara Afrika yang lain.

Bollywood dan Nollywood menyajikan dua buah model non-Hollywood yang memiliki akar kesejarahan yang berbeda, tapi sama menariknya. Bollywood mewakili sebuah alternatif non-Hollywood yang lahir teriring tumbuhnya Hollywood jadi raksasa sejak awal abad ke-20. Nollywood mewakili alternatif kiwari, model baru yang penting dipelajari dalam meretas jalan ke masa depan sinema kita.

Bollywood

Sebetulnya, penamaan "Bollywood" adalah sebuah salah kaprah. Istilah Bollywood diambil dari kota Bombay (kini, disebut Mumbay) yang menjadi pusat produksi film-film India berbahasa Hindi. Keanekaragaman bahasa di India sangat terjaga, sehingga sebetulnya selain untuk penonton berbahasa Hindi, India juga membuat film dalam bahasa selain Hindi, khususnya bahasa Tamil, Andhra Pradesh, Karnataka, Kerala, dan lain-lain.

Industri film-film non-Hindi (tepatnya berbahasa daerah India Selatan) itu berpusat di Madras, sejak 1940-an. Pada 1971, film-film non-Hindi dari Madras itu mencakup 60 % produksi film India. Sehingga, praktis, kesan bahwa Bombay/Mumbay adalah pusat industri film India dalam istilah Bollywood itu tak sesuai kenyataan.

Tapi, dunia mengenalnya demikian, dan memang distribusi film berbahasa Hindi lah yang mendunia. Industri ini, oleh Brian Shoesmith (dikutip dalam Gorhem Kindem [ed.], 2000), disebut melalui tiga tahap pertumbuhan. Pertama, tulisnya, dari 1913-1924, yang ia istilahkan sebagai periode "industri *cottage*". Periode ini ditandai dengan kurangnya modal untuk investasi pada infrastruktur, masalah-masalah teknik film, ketiadaan bintang-bintang yang bisa dikenali, dan moda produksi yang tak stabil.

Periode kedua adalah era studio, yang merentang dari pertengahan 1920-an hingga pertengahan 1940-an. Boleh dibilang, ini adalah era industri film India mencoba mengadopsi sistem studio Hollywood. Periode ketiga, disebut Shoesmith sebagai fase "bintang sebagai komoditi", yang dicirikan antara lain oleh ketergantungan penuh pada para aktor bintang dalam *box office*, keuangan yang berlimpah, tapi masih memiliki ketakstabilan industri seperti masa awal industri film India.

Radha Subramanyam (dikutip dari Kindem [ed.], 2000) menambahkan pada kategorisasi Shoesmith itu dua kategori

lagi: (1) dunia "alternatif" produksi film-film yang didukung oleh pemerintahan dan komunitas, serta (2) industri film "kontemporer" yang bercirikan meningkatnya hubungan antara siaran televisi, kabel, satelit dengan industri film.

Walau dalam fase-fase Shoesmith itu industri film India dimulai pada 1913, tapi Radha mencatat bahwa sejak 1907 telah tampak peralihan eksebisi film-film di India dari pertunjukan di tenda-tenda di lapangan menjadi pertunjukan di teater-teater dan "istana tontonan" yang lebih permanen. Wirausahawaan J.F. Madan memulai sebuah jaringan bioskop yang akan berkembang besar di India. Tapi, pada periode ini, para usahawan itu lebih memusatkan perhatian mereka pada bisnis distribusi dan eksebisi film, bukan produksi.

Tapi, sejak 1913, D.G. Phalke mulai banyak memproduksi film India, menggapai khalayak penonton yang jauh lebih luas dari warga Barat di India yang tinggal di kota-kota. Pada 1920-an, beberapa perusahaan produksi tumbuh serta memproduksi film-film untuk rakyat India.

Phalke banyak menulis artikel tentang sinema dan mengaitkan bisnis produksi filmnya dengan nasionalisme India. Tulisan-tulisan Phalke menampakkan hasrat untuk mencipta sebuah tradisi sinematik yang berbeda dari Barat, tapi juga, secara mencolok, hasrat untuk membangun film sebagai *industri* di India.

Namun, hasrat Phalke itu terhambat oleh masalah keuangan. Lembaga-lembaga keuangan modern macam bank, juga negara India waktu itu, tak terlalu mendukung gagasan Phalke. Akibatnya, Phalke seringkali harus menggadaikan harta pribadinya untuk membiayai film-filmnya.

Masalah minimnya keuangan bagi produksi film India, lepas dari popularitas produk-produknya itu sendiri, mewarnai nyaris seluruh sejarah film India. Masalah lain yang terus muncul dalam industri film India hingga kini adalah minimnya keterampilan teknis dan pelatihan-pelatihan untuk itu, ketakpastian

pasar, ketiadaan dukungan dari bank-bank dan negara, dan sebagainya.

Maka masuklah sumber-sumber pendanaan produksi film dari para spekulan bisnis dan pasar gelap yang tumbuh seiring kelangkaan barang-barang selama masa Perang Dunia. Uang-uang gelap itu terus mengiringi pertumbuhan industri film India, dan menyebabkan sulitnya menilai secara persis industri serta perputaran uang industri film India.

Pada masa sesudah kemerdekaan India, terus merentang hingga kini, lima puluh tahun sesudah perang, industri film India ditandai kebangkitan para produser independen. Kebanyakan tak hidup berkelanjutan dalam industri film India itu sendiri. Banyak tipe produser di India, dan banyak dari produser independen itu yang bertipe produser "*fly-by-night*" atau produser "ad hoc". Banyak awak film yang berperan jadi produser kagetan, juga bintang film banyak yang jadi produser untuk menjamin pendapatan mereka saat tua.

Satu hal yang menarik dari Bollywood adalah sistem distribusinya. Pada masa-masa awal industri itu, hanya film-film asing yang beredar melalui para distributor. Film-film lokal diurusi para produser mereka secara langsung ke para eksebitor (pengusaha bioskop). Tapi, seiring meningkatnya jumlah bioskop/teater, bangkit pula para distributor profesional. Peran para distributor itu semakin penting, dan kini malah para distributor itu berperan juga sebagai para pendana film dan penasihat pasar spesifik bagi sebuah film. Film-film dibiayai dari *presale* teritori kepada para distributor, dan para distributor kemudian akan mendapatkan kontrak jangka panjang dengan para eksebitor.

India terbagi menjadi enam teritori bagi para distributor film tersebut. Ekspor film-film India, menjadi teritori ketujuh. Perusahaan-perusahaan distributor tidak bersifat nasional, tapi teritorial. Belakangan, muncul juga pola distribusi kepemilikan, yakni beberapa produser besar mendistribusikan sendiri produk-produk film mereka.

Di wilayah eksebisi, teater-teater di India dibagi menjadi kelas-kelas berbeda berdasarkan lokasi dan kenyamanan yang mereka tawarkan. Di wilayah eksebisi ini pula, negara menampakkan perannya: subsektor eksebisi film di India adalah sektor yang tertinggi kena pajak. Namun, serupa lah dengan di Indonesia, soal pajak bisa dihindari dengan berbagai cara.

Uang-uang gelap yang menjadi mitra di level produksi kemudian hadir pula di level eksebisi. Masalah ini semakin mencolok dalam sinema-sinema keliling (layar tancep) dan bioskop-bioskop di kota-kota kecil India. Juga ada pasar gelap dalam penjualan tiket, khususnya untuk film-film "*hit*". Menurut seorang ekonomis India Ashok Mittal, harga tiket di bioskop India bersifat "*film-specific, theater-specific, and class-specific*". Dengan kata lain, tak bisa dipastikan.

Dan sejak sukses film Sooraj Barjatya, *Hum Aapke Hain Kaun…!* pada 1994, muncul model penjualan tiket yang dijual mahal sekali pada minggu-minggu pertama penayangan. Lama-lama, praktik semacam ini semakin lazim untuk film-film yang laris.

Dengan semua keadaan itu (situasinya, seperti digambarkan oleh Radha, sebetulnya lebih rumit lagi), industri film India besar dalam jumlah tapi agak tersendat dalam hal pendapatan. Konon, kata Radha, hanya 10 % film di India yang menghasilkan keuntungan besar. Tapi, menurut ekonomis Oommen dan Joseph, ini sesungguhnya kesan yang diciptakan oleh industri film India sendiri, sebab (dan supaya) rincian keuangan film di India tak pernah dipaparkan secara terbuka.

Di sisi lain, kurangnya perhatian pemerintah India atas film sebagai industri manufaktur berarti film-film di India tak mendapatkan bantuan, subsidi, insentif-insentif seperti pengurangan tarif listrik, dan pinjaman kelembagaan sebagaimana yang dinikmati oleh sektor industri lain.

Tapi, kemunculan televisi satelit dan kabel pada awal 1990-an serta boom kedua dalam program televisi India, membawa

sebuah reorganisasi industri film di sana. Bermunculan film-film yang “dibuat untuk TV”, dan para konglemerat media menjadi sumber pendanaan baru bagi film-film India. Mulai meningkat pula integrasi horizontal antarperusahaan-perusahaan film, televisi, serta berbagai perusahaan lain.

Misalnya, Polygram memproduksi film-film juga di samping menjadi pemain penting dalam industri musik di India. The Amitabh Bacchan Corporation juga punya label musik, memproduksi film, dan juga berbisnis manajemen event.

Seiring reorganisasi tersebut, kita pun melihat betapa Bollywood menjadi semakin berpengaruh dalam sinema dunia. Setidaknya, semakin banyak produk dan bintang India yang melakukan penetrasi ke Hollywood, misalnya.

Pada 2009, jumlah total produksi film panjang di India adalah 819 film, dalam 21 bahasa lokal mereka. Ini penurunan dibanding 2008, dengan produksi film hingga 1.132 film. Total penjualan tiket film India pada 2009 adalah: USD 176.63 juta.

Nollywood

Menurut *Focus 2010, World Film Market Trends*, Afrika adalah benua dengan dua moda industri film berbeda. Di satu sisi, ada industri film yang mengambil model Hollywood, dan hanya besar terutama di Afrika Selatan dan Mesir. Di sisi lain, ada moda industri film berbasis video yang kini semakin semarak di berbagai negara Afrika, berkat inspirasi dari Nollywood, industri film Nigeria, yang mencuri perhatian dunia film internasional sejak pertengahan 2000-an.

Industri film berbasis video ini berciri utama: produksi film berbujet rendah dalam volume tinggi, yang didistribusikan terutama melalui VHS, DVD, maupun jaringan televisi di seluruh Afrika. Moda produksi ini semakin menguat dan menjadi bagian penting budaya audio-visual Afrika saat ini.

Nigeria sendiri, negeri Nollywood pemicu trend ini, pada 2009 itu memproduksi 1000-an film, dengan bujet sekitar USD 5000–10000. Menurut Hala Gorani dan Jeff Koinange dari CNN, omset Nollywood kini mencapai USD 250 juta per tahun.

Dengan pertumbuhan eksplosif ini, Nollywood bisa dibilang sebagai contoh revolusi digital dalam industri film. Dengan kehadiran kamera digital yang *handy* mau pun HD (*High Definition*) tapi tetap tak kehilangan sifat portabelnya, para pembuat film Nigeria bisa leluasa membuat film di mana saja, tanpa terikat studio atau *setting* buatan yang mahal. Lokasi syuting bisa di rumah-rumah, hotel-hotel kecil, perkantoran, dan sebagainya yang disewa dengan harga murah atau dibayar hanya lewat penyebutan di *credit title*.

Tanpa seluloid, biayanya pun jelas jauh lebih murah. Dan dengan proses *editing* digital yang menggunakan komputer-komputer rumahan biasa, biaya semakin bisa lebih ditekan lagi. Dengan moda film murah begini, Nollywood bisa mengeluarkan rata-rata 200 film setiap bulannya.

Satu faktor penting lain bagi keberhasilan Nollywood: lokalitas film-filmnya, khususnya dalam hal bahasa. Ada sekitar 300-an bahasa lokal di Nigeria, dan 56 % dari film-film Nollywood melayani para pengguna bahasa-bahasa lokal tersebut.[17]

Dengan karakteristik lokal dan terutama digital itu, film-film Nollywood tak memerlukan eksebisi di bioskop-bioskop *gedongan*. Jalur distribusi Nollywood seperti barang kelontong, pemutarannya pun bisa di ruang-ruang bersahaja atau sekalian ditonton di rumah-rumah warga saja.

Film-film Nigeria sering melampaui penjualan film-film Hollywood di Nigeria sendiri, juga di negara Afrika lainnya. Pusat-pusat distribusi utama Nollywood adalah Pasar Idumota

[17] Hikmat Darmawan, *Film Nasional Sebagai Industri Konten: Sebuah Sketsa*, Makalah ini disampaikan dalam Seminar Industri Perfilman Indonesia (*Movienomic*), dengan tema "Kebangkitan Industri Film Indonesia". Seminar diadakan di Auditorium Kampus J Universitas Gunadarma Kalimalang, Senin, 21 Desember 2009.

di Pulau Lagos, dan 51 Iweka Road, di Onitsha, Anambre State. Film-film Nollywood langsung dijual dalam format VCD atau DVD, dengan rata-rata 30-an judul baru setiap minggu dikirim ke pasar, dan rata-rata terjual sebanyak 50 ribu copy. Sebuah film laris, bisa mencapai penjualan ratusan ribu keping. Apalagi memang harga per keping sekitar USD 2, masih terjangkau rata-rata masyarakat Afrika.

Semakin hari, Nollywood semakin menarik pebisnis lokal untuk menangguk untung dari industri yang masih terus tumbuh ini. Nollywood mungkin masih kurcaci dalam soal jumlah penghasilan total dibanding Hollywood. Tapi, di Afrika, Nollywood adalah gejala kebudayaan yang raksasa. Pada Nollywood, kita bisa melihat bahwa dominasi *Leviathan* dari negara asing bisa ditampik.

Indonesia?

Bab-bab selanjutnya dari penelitian yang dtuliskan dalam buku ini akan menukik pada paparan mengenai *jeroan* hingga tulang-belulang penyangga industri film Indonesia. Aras kebijakan nasional dalam bidang ekonomi dan budaya yang berhubungan dengan film akan dibahas. Demikian pula dengan tiga subsektor yang berkaitan dengan industri film: produksi, distribusi dan eksebisi. Sebelum terjun ke situ pun, hanya berdasar kisruh pajak film impor di awal hingga pertengahan tahun ini di Indonesia, kita bisa melihat betapa kita masihlah makanan empuk bagi Hollywood.

Bukan soal menampik Hollywood benar yang perlu kita cermati, tapi semakin hilangnya daya tawar dan juga kehadiran film-film nasional bagi kebanyakan rakyat Indonesia. Padahal, karakteristik Indonesia yang belum maju secara ekonomi, bhineka budaya serta bahasa, mustinya membuat kita bisa menimba ilham dari, misalnya, Nollywood.

Indonesia memiliki lebih dari 700 bahasa lokal yang masih hidup, dan pemakainya tersebar di seluruh kepulauan Indonesia. Artinya: lokalitas adalah potensi. Daya beli mayoritas masyarakat kita rendah, artinya: kita tak bisa bertumpu pada sistem perfilman untuk para Tuan dan Nyonya di *gedongan* Jakarta saja.

Tapi, kenyataannya, justru publik penonton kebanyakan itu yang semakin lama semakin digerus atau disingkirkan ke pinggir arena. Dan sekelompok anak muda kelas menengah di Jakarta menjerit kegirangan, menonton *Harry Potter 7.2* di bioskop dengan kursi empuk, AC sejuk, dan *pop corn* serta Coca Cola dingin di tangan.

***

BAB II

Kemana Pendulum Berayun? Kebijakan Ekonomi dan Budaya Perfilman Indonesia

Pengaruh dari globalisasi terhadap lahirnya regulasi dan kebijakan di suatu negara tidak bisa diabaikan begitu saja. Tak mungkin suatu negara kini bisa terlepas dari perkembangan mutakhir berupa interaksi yang intensif dan cairnya batas-batas administratif sebuah negara baik secara ekonomi maupun budaya. Globalisasi menciptakan sebuah tekanan yang kuat terhadap suatu negara, sekalipun sesungguhnya kekuatan itu tetap disaring melalui lembaga-lembaga politik serta struktur ekonomi negara tersebut.

Karena adanya lingkungan global yang menekan ini, maka regulasi suatu negara juga dipengaruhi oleh kekuatan global tersebut. Dengan dominannya posisi Hollywood dalam industri film global, maka kebijakan-kebijakan kebanyakan negara di dunia pada umumnya merupakan reaksi terhadap kecenderungan Hollywood untuk membuka berbagai restriksi dagang terhadap produk-produk mereka. Hal ini dilakukan terutama oleh studio-studio besar yang tergabung di dalam *Motion Pictures Arts of America* atau (MPAA).

Reaksi negara terhadap lingkungan global ini diwujudkan baik dalam kebijakan kebijakan ekonomi maupun kebijakan kebudayaan mereka. Menurut ahli perdagangan internasional

Andrew J. Flibbert (2007), regulasi dalam bidang film melibatkan pillihan-pilihan di bidang budaya dan ekonomi secara sekaligus. Regulasi di perfilman mempengaruhi kedua bidang tersebut dan terkadang keduanya punya tujuan yang saling bertolak belakang.

Secara ekonomi, menurut Flibbert, prinsip kebijakan ekonomi umumnya adalah mendorong terjadinya perdagangan yang bebas dan memperoleh manfaat ekonomi sebesar-besarnya. Maka dalam perdagangan bebas, pola umum yang terjadi adalah membuka pintu seluas-luasnya bagi arus masuk dan memberi pajak yang besar bagi film yang masuk agar bisa menambah pendapatan negara sebesar-besarnya.

Di sisi lain, kepentingan kebijakan budaya dalam kaitannya dengan arus masuk film internasional ini adalah mempertahankan kedaulatan budaya seperti yang diusung oleh Prancis dan beberapa negara Eropa dalam putaran perundingan perdagangan dunia di GATT dan WTO. Dalam kaitannya dengan kedaulatan budaya ini, negara cenderung untuk melakukan promosi terhadap film-film nasional mereka, baik di pasar dalam negeri (dalam bentuk *screen quota*, misalnya) maupun di pasar luar negeri (melalui promosi internasional).

Dalam kaitannya dengan kedua bidang kebijakan tersebut (ekonomi dan budaya), maka perspektif dari Flibbert akan membantu dalam memahami sejauh mana kebijakan negara menjadi respons dari situasi perdagangan film internasional. Kebijakan ekonomi / perdagangan international (*trade policy*) dan kebijakan kebudayaan (*cultural policy*) akan dilihat satu per satu di sini.

Selain konteks kebijakan sikap para pelaku perfilman juga penting terutama dengan mellihat pilihan-pilihan mereka terhadap arus globalisasi perfilman. Dalam melihat para pelaku di industri film ini, Flibbert melihat bahwa pelaku yang paling signifikan dalam pembuatan film secara komersial adalah perusahaan-perusahaan bidang film dan para individu yang

terkelompok menjadi tiga sub-sektor yaitu: produksi, distribusi dan eksebisi.

Tabel berikut ini akan memperlihatkan bagaimana sesungguhnya kegiatan masing-masing subsektor itu, bagaimana mereka terikat ke pasar film internasional serta bagaimana preferensi mereka dalam kaitannya dengan perdagangan internasional.

Tabel 3

PEMBUATAN FILM KOMERSIAL

Sub-sektor	Produksi	Distribusi	Eksebisi
Kegiatan	Membuat film	Menjual film	Mempertunjukkan film
Ikatan ke pasar internasional	Lemah dan tak langsung	Campuran	Kuat dan langsung
Preferensi dalam perdagangan internasional	Proteksionis	Campuran	Liberal

Sumber: Flibbert (2007), hal. 24

Hal ini dapat dijelaskan bahwa pada subsektor produksi terjadi kecenderungan untuk menutup pasar dari film asing mengingat hal itu akan memperkecil persaingan dengan film-film asing, terutama Hollywood. Sedangkan subsektor eksebisi cenderung berpihak pada arus perdagangan internasional yang lancar mengingat itulah yang menjadi sumber pemasukan mereka. Sedangkan subsektor distribusi bersifat campuran. Bagi distributor yang akrab dengan pasar internasional (dalam hal ekspor dan impor) maka mereka cenderung terbuka, sementara bagi yang tidak akrab dengan pasar internasional, kecenderungan mereka adalah tertutup.

Penelitian ini memandang bahwa pembuatan film komersial (*commercial filmmaking*) yang terdiri dari tiga subsektor penting itu harus dipandang satu demi satu untuk memperlihatkan dua aspek:

Pertama, sejauh apa subsektor yang ada mampu untuk mendukung terjadinya pengembangan model industri film yang mampu memberi alternatif untuk keluar dari tekanan-tekanan globalisasi, khususnya dominasi film dan model industri film Hollywood. Seperti yang digambarkan pada bab I, Hollywood memiliki kecenderungan untuk melakukan dominasi ekonomi maupun penyeragaman dalam tema dan penggunaan cara tutur. Dominasi ekonomi Hollywood ini pada dasarnya menginginkan agar film-film mereka masuk dengan lancar ke suatu negara dengan batasan sekecil apapun.

Bersamaan dengan arus masuk film itu, sesungguhnya masuk pula berbagai produk ikutan yang turut menghendaki terjadinya dominasi dan penerimaan yang lebih baik terhadap gaya hidup dan produk-produk Amerika. Kecenderungan untuk menjadikan tema-tema film dan cara tutur Amerika sebagai sebuah kecenderungan dominan dunia memang disadari, setidaknya oleh para pelaku bisnis perfilman Amerika sebagaimana digambarkan oleh tokoh legendaris MPAA, Jack Valenti, yang sempat mengutarakan sebuah ungkapan penting: "*we sell America through American films*." Sebagai sebuah etos kerja Hollywood dalam melakukan perdagangan film mereka.

Kedua, selain merespons lingkungan global, penting untuk melihat bagaimana regulasi dan kebijakan mampu memberi peluang bagi ketiga subsektor ini untuk memproduksi film yang berada di luar formula baku dan terus mencoba melakukan inovasi ketimbang untuk bertahan di formula yang tetap dan aman. Berbagai kebijakan dalam bidang ekonomi internasional (*trade policy*) dan bidang kebudayaan akan dibahas dalam bab ini. Sesudah itu, bagian kedua buku ini akan membahas secara khusus mengenai ketiga subsektor yang disebutkan oleh Flibbert tadi.

Jika digambarkan dalam skema, maka kaitan antara sikulus produksi, distribusi dan eksebisi dapat digambarkan seperti skema berikut ini:

Bagan 3

SKEMA PRODUKSI-DISTRIBUSI-EKSBISI DALAM KONTEKS NASIONAL DAN GLOBAL

Penelitian ini akan melihat masing-masing subsektor: produksi-distribusi-eksebisi dalam membentuk *supply chain managament* atau pengelolaan rantai pasokan yang menentukan produk-produk yang tersedia di pasar.

Subsektor distribusi dan eksebisi akan terkait erat satu sama lain. Keduanya akan dibahas dalam perkembangan sejarahnya untuk bisa tiba pada kesimpulan mengenai kondisi keduanya saat ini. Ketiadaan distributor film Indonesia pada saat ini menyebabkan ketidakseimbangan pasar yang bertumpu pada hubungan tak imbang antara produser dengan eksebitor. Dengan melihat bagaimana hal itu terbentuk, diharapkan apabila ada intervensi kebijakan dalam sektor itu diharapkan dapat menciptakan iklim yang lebih baik.

Sebelum membahas lebih jauh mengenai ketiga subsektor ini, maka terlebih dulu dibahas mengenai kebijakan-kebijakan yang diusulkan oleh Flibbert ini.

Kebijakan perdagangan internasional (*trade policy*)

Dalam kaitannya dengan kecenderungan dominasi film Amerika itu, industri film nasional sebuah negara berada dalam sebuah spektrum dimana di satu ujung spektrum tersebut adalah kebijakan yang proteksionis dan di ujung yang lain adalah kebijakan yang cenderung liberal.

Dalam kebijakan proteksionis, pola kebijakan pemerintah suatu negara cenderung bertujuan untuk membatasi arus barang / film yang masuk dari luar negeri, terutama arus masuk film dari Amerika Serikat sekaligus memberi kemudahan bagi film nasional. Sementara sisi lain dari spektrum itu adalah kebijakan yang cenderung untuk liberal atau bebas dimana negara cenderung untuk memberi iklim investasi yang bebas dan arus masuk selebar-lebarnya terhadap film-film asing.

Berikut adalah tabel yang memperlihatkan kebijakan yang diambil pemerintah dan tempatnya dalam spektruk proteksionisme-liberal tersebut, sebagaimana dinyatakan oleh Flibbert. Flibbert memberikan serangkaian indikator bagi kebijakan perdagangan sebuah negara, apakah kebijakan itu tergolong sebagai kebijakan yang bersifat proteksionistis, dalam arti mencoba memberi perlindungan bagi produk nasional dengan cara menciptakan hambatan bagi arus masuk film asing (terutama Amerika), ataukah tergolong sebagai kebijakan yang liberal dimana negara membiarkan arus masuk film sebebas-bebasnya serta diatur oleh mekanisme pasar.

Tabel 4

SPEKTRUM KEBIJAKAN PERDAGANGAN NASIONAL

Bidang Kebijakan	Proteksionis	Liberal
Tingkat tarif	Tinggi	Rendah
Kuota impor	Tinggi	Rendah
Pajak impor box office	Tinggi	Rendah
Subsidi terhadap produk domestik	Tinggi	Rendah
Ijin impor	Ada	Tidak ada

Bidang Kebijakan	Proteksionis	Liberal
Pengendalian mata uang asing	Ada	Tidak ada
Perlindungan HAKI	Lemah	Kuat
Foreign direct investment. Pembukaan perusahaan asing di Indonesia	Tak boleh	Boleh
Pembatasan kepemilikan asing dalam perusahaan perfilman di Indonesia (dalam bentuk Perusahaan Penanaman Modal Asing)	Tak boleh	Boleh

Sumber: Flibbert (2007), hal. 28

1. Tarif

Tarif adalah pajak yang dipungut berkaitan dengan kegiatan impor dan ekspor. Indonesia terikat pada perjanjian WTO yang sudah diratifikasi melalui berbagai undang-undang. Tarif pada film impor di Indonesia sudah mengalami perubahan sejak diundangkannya ketentuan kepabeanan melalui UU No. 26 tahun 2006 tentang Kepabeanan, tepatnya pada penjelasan Pasal 17 UU tersebut. Dalam pengenaan bea masuk terhadap film asing yang masuk, UU ini mengenal adanya kebijakan pemungutan bea masuk berdasarkan nilai transaksi yang harus memperhitungkan komponen nilai royalti. Artinya, untuk film-film yang diimpor ke Indonesia dan diperlakukan berdasarkan sistem bagi hasil (dan bukan sistem beli putus atau *flat rental*), maka film-film seperti itu, menurut UU Kepabeanan, harus memperhitungkan nilai royalti yang akan diperoleh film tersebut seandainya film itu diputar di wilayah hukum Indonesia.

Pemerintah Indonesia melalui Surat Edaran Dirjen Pajak No.3 tanggal 3 Januari 2011 memastikan mengenai kewajiban pemungutan bea masuk dengan menghitung nilai royalti ini. Dengan penghitungan ini, maka para importir film asing, terutama yang menganut sistem transaksi bagi hasil (royalti) jadi menunggak pajak mereka sebesar Rp31 milyar. Karena status tunggakan itu, maka ada 3 importir yang dianggap menunggak kewajiban mereka beserta denda yang besarnya mencapai Rp 310 milyar. Kebijakan ini mengundang protes keras dari importir terutama berkaitan dengan perkembangan pada paruh pertama

tahun 2011 yang menyebabkan film-film populer Hollywood menghilang dari bioskop-bioskop di Indonesia.

Komponen tarif film impor di Indonesia terdiri dari:

- Tarif bea masuk sebesar 23,75% dari setiap nilai copy film yang masuk;
- Bea masuk. Penghitungan terhadap bea masuk ini dilakukan dengan memperhitungkan nilai fisik film dan royalti. Besarnya bea untuk nilai fisik film adalah 0.43 sen dolar per meter. Menurut Dirjen Bea Cukai dengan mengacu kepada penjelasan pasal 17 UU No.26 tahun 2006 tentang Kepabeanan, nilai transaksi juga harus mempenghitungkan royalti yang harus dibayar. Namun hal ini menjadi sumber sengketa dengan para importir yang merasa bahwa adalah tidak fair apabila royalti harus dibayarkan di muka. Sengketa ini kemudian berjalan berkepanjangan hingga ke Pengadilan Pajak, dan hingga penelitian ini selesai dikerjakan, pihak importir film Amerika yang dikenai ketentuan untuk membayar bea masuk berdasarkan hitungan ini masih menolak melakukan pembayaran.

Keberatan dari tiga importir itu (yaitu PT Camila Internusa, PT Satrya Esthetika Perkasa dan PT Amero Mitra) telah membuat pemerintah merevisi ketentuan mengenai penghitungan bea masuk, terutama penghitungan nilai transaksi yang harus memasukkan komponen royalti. Sengketa keberatan ini telah menyebabkan kedua importir tidak bisa memasukkan film-film dari Amerika, terutama dari studio-studio besar (major studios) yang tergabung dalam MPA (*Motion Pictures of America*) yaitu sayap internasional dari MPAA (*Motion Pictures Association of America*) yang merupakan sebuah asosiasi produser-produser dan distributor film utama di Amerika.

Sejak tanggal 16 Februari 2011 hingga 28 Juli 2011, film-film dari studio-studio anggota MPAA tidak masuk ke Indonesia karena dua importir yang memegang lisensi film-film anggota MPAA dianggap menunggak pajak dan tidak diperkenankan

melakukan kegiatan mereka mengimpor film. Akibat dari tidak masuknya film-film ini, jumlah penonton bioskop turun secara drastis hingga mencapai 60-70% dari keadaan normal. Hal ini turut pula menekan mal dan pusat perbelanjaan yang menjadi tempat bioskop-bioskop itu berada sehingga omset mal ikut turun antara 40 sampai 60%[18].

Tekanan ekonomi yang harus ditanggung oleh bioskop dan mal itu membuat pemerintah, dalam hal ini Menteri Keuangan, mengeluarkan ketentuan baru pada tanggal 16 Juni 2011 berkaitan dengan bea masuk film impor. Jika pada ketentuan lama, tarif bea masuk menganut sistem *ad valorem* yakni 10% dari total nilai film impor, maka pada ketentuan baru ini, besaran tarif adalah tarif spesifik yaitu sebesar Rp 21.000 – Rp 22.000 per menit durasi film. Menurut Menteri Keuangan, tarif ini lebih memudahkan dan menyederhanakan perhitungan bea masuk film impor, sekalipun bagi beberapa kalangan. Angka itu mendapat protes, antara lain dari Wakil Ketua Badan Pertimbagan Perfilman Nasional Rudy S. Sanyoto, bahwa angka itu masih "terlalu rendah dan dapat dikategorikan (sebagai) penghindaran pajak yang minta dilegalisir oleh Menkeu"[19].

Perdebatan mengenai pajak film impor ini jauh dari selesai karena hingga penelitian ini selesai, pemerintah dalam hal ini Kepala Badan Kebijakan Fiskal Kementrian Keuangan, Bambang Brodjonegoro, masih membenahi pemungutan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) terhadap film impor yang mengarah kepada sistem pemungutan pajak satu kali (*single tax*) untuk film impor. Di sisi lain, kedua perusahaan yang menunggak pajak masih belum bisa berkegiatan tetapi mereka mendirikan perusahaan lain guna melakukan kegiatan impor[20]. Hal ini segera memicu kontroversi berkepanjangan dan rangkaian tudingan kepada kelompok usaha 21 yang berada di balik usaha impor film dan jaringan bioskop 21 dan XXI.

[18] Widayanto, Yudo, "Penonton Film Turun, Omzet Mal Drop", Harian Kontan, Selasa 21 Juni 2011. Hal.13.
[19] Sanyoto, Rudy S. "Tarif Bea Masuk Rp20.000 Tidak Berdasar" dalam www.filmindonesia.or.id, Kamis 30 Juni 2011.
[20] "Sekoci Baru Juragan Lama", Majalah Tempo 3 Juli 2011.

Namun di luar persoalan kontroversi dan berbagai tudingan yang mengiringi riuh rendah pajak film impor, inilah untuk pertamakalinya instrumen pajak digunakan untuk melakukan redistribusi terhadap pasar yang terkonsentrasi. Otoritas pajak, dalam hal ini Kementrian Keuangan, melihat bahwa ada ketimpangan struktur pasar di Indonesia dimana satu kelompok usaha mendominasi pasar dan menyulitkan bagi pemain lain untuk masuk dan bersaing secara sehat. Maka dengan menggunakan instrumen bea masuk ini, Kementrian Keuangan berusaha meningkatkan daya tawar Indonesia guna mengarahkan importir, dan bahkan pihak studio besar anggota MPAA, untuk mengubah situasi peredaran film yang ada. Menteri Keuangan mengajak studio-studio di Amerika untuk membuka perusahaan di Indonesia[21]. Apabila ajakan Menteri Keuangan ini diikuti dan distributor asing mendistribusikan langsung film mereka, maka inilah untuk pertamakalinya sejak keberadaan AMPAI di awal dekade 1960-an, distributor film asing bisa menjalankan lagi distribusi langsung di Indonesia.

Di sisi lain, inilah juga untuk pertamakalinya kementrian yang mengurusi bidang perekonomian lebih aktif dalam upaya melakukan penataan distribusi dan mengubah situasi pasar yang dianggap timpang. Pada masa Orde Baru, kementrian yang aktif untuk melakukan hal semacam ini adalah Departemen Penerangan yang amat peduli pada nasib perfilman Indonesia guna menjadi "tuan rumah di negeri sendiri" dalam pengertian budaya maupun pengertian ekonomi. Namun pada era pasca Soeharto, peran untuk mendorong terjadinya perubahan struktur pasar ini justru dilakukan oleh kementrian keuangan dengan ajakannya yang sesungguhnya bersifat liberal ini.

Namun ajakan dari Menteri Keuangan Agus Martowardojo itu tampaknya terhalang oleh kebijakan dalam bidang penanaman modal asing di bidang film yang termasuk dalam daftar negatif investasi (DNI) seperti yang akan dijelaskan nanti.

[21] "Produsen Film Asing Diminta Buka Cabang di Indonesia" Harian *Kontan*, Sabtu 18 Juni 2011. Hal.2.

2. Kuota impor

Kuota impor merupakan pembatasan jumlah film asing yang bisa masuk ke wilayah hukum Indonesia. Kebijakan kuota impor ini digunakan sebagai sarana pengendalian arus masuk film asing, terutama film Amerika, yang terus menerus digunakan untuk dua tujuan yang selalu berkaitan antara tujuan ekonomi dan tujuan budaya.

Tujuan pertama adalah untuk melindungi film Indonesia seperti yang digambarkan melalui slogan "menjadi tuan rumah di negeri sendiri". Pengertian mengenai hal ini masih terus dipegang oleh banyak pelaku industri film di Indonesia, dengan gambaran bahwa "tuan rumah di negeri sendiri" itu bermakna budaya maupun ekonomi. Sedangkan tujuan kedua adalah untuk mengeksploitasi film asing guna memperoleh pendapatan sebesar-besarnya bagi negara, seperti misalnya pernah dinyatakan oleh Menteri Penerangan pada masa Orde Baru, Ali Moertopo: "saya ingin menjadikan film impor sebagai sapi perahan.[22]" Sapi perahan yang dimaksud oleh Ali Murtopo adalah pengenaan pungutan terhadap setiap film asing yang masuk.

Secara garis besar, kuota impor film di Indonesia dapat dilihat pada tabel di bawah ini (dimodifikasi dari Rudy S. Sanyoto, yang dimuat pada Irawanto, 2004)

Tabel 5
REGULASI IMPOR FILM DI INDONESIA

No	Periode dan Menteri yang menjabat	Jumlah judul per tahun	Jumlah copy per judul
1.	1961-1971, Menteri BM Dlah	Bebas	2
2.	1971-1975, Menteri Boedihardjo	225	4
3.	1975-1978, Mashuri	200	6
4.	1978-1983, Ali Murtopo	200	6
5.	1983-1966, Harmoko	180, diturunkan menjadi 160	8, 8-10

[22] Wawancara dengan Rahim Latif, 15 Januari 2011.

No	Periode dan Menteri yang menjabat	Jumlah judul per tahun	Jumlah copy per judul
6.	1997-1998, Hartono	160	8-10
7.	1998-1999, Alwi Dahlan	160	8-10
8.	1999 (Yunus Yosfiah) dan seterusnya	Bebas	Bebas

Sumber: diadopsi dan ditambahkan dari Irawanto (2004), hal. 14

Ketentuan mengenai pembatasan jumlah film asing yang masuk ke Indonesia tidak pernah diberlakukan lagi sejak tahun 1999. Dengan semangat untuk menyambut keterbukaan yang dipengaruhi oleh gerakan reformasi mahasiswa yang mengiringi pergantian rejim, Departemen Penerangan melakukan serangkaian deregulasi di bidang media yang sebelumnya dianggap menjadi penghalang bagi demokratisasi. Ketika itu, Menteri Yunus Yosfiah melakukan berbagai macam deregulasi dalam bidang media seperti: 1) penghapusan kewajiban memperoleh Surat Izin Perusahaan Penerbitan Pers (SIUPP) yang dianggap sebagai alat kontrol dan penghambat bagi kebebasan media, 2) penghapusan kewajiban *relay* atau menyiarkan ulang siaran berita RRI oleh radio-swasta, 3) penghapusan ketentuan pembatasan jumlah film impor yang bisa masuk ke Indonesia.

Sejak 1999 hingga sekarang, film impor bisa dikatakan mendominasi layar bioskop di Indonesia, terutama ketika produksi film sedang berada pada angka yang sangat rendah, seperti tahun 2000 hingga 2004. Angka-angka ini akan dibahas lebih jauh dalam pembahasan mengenai distribusi dan eksebisi nanti.

3. Pajak impor terhadap *box office*

Pajak impor pada dasarnya merupakan penerapan prinsip pengenaan pajak yang besar terhadap penjualan tiket. Pajak film impor di Indonesia dikenakan pada Pajak Penghasilan (PPh) yang diperoleh oleh importir sebagai bagian dari ketentuan bagi hasil. PPh ini dibayarkan oleh wajib pajak Indonesia, dalam hal

ini adalah importir Indonesia yang memasukkan film tersebut ke dalam wilayah hukum Indonesia.

Ketentuan ini menandakan adanya pemajakan yang bersifat progresif terhadap film impor (sekalipun perlakuan serupa juga didapat oleh film Indonesia) dimana besarnya pajak akan bergantung pada perolehan yang didapat oleh sebuah film. Dengan demikian, film yang berhasil mendapat penonton lebih banyak diasumsikan akan membayar pajak lebih besar kepada negara dimana film itu diputar, dan sebaliknya, semakin sedikit pemasukan sebuah film, semakin kecil pula pajak yang harus dibayar.

Dalam hal ini, maka ketentuan pajak yang berlaku secara general (*ad valorem*) biasanya dianggap sebagai lebih bersifat proteksionis karena kecenderungan untuk menarik pajak lebih besar dalam situasi keuntungan lebih besar. Sedangkan ketentuan pajak yang spesifik di bidang film – seperti misalnya pemajakan satu kali atau *single tax* – dianggap sebagai kebijakan yang lebih pro pasar karena akan mengurangi sifat progresif dari pajak impor. Kebijakan perpajakan film impor di Indonesia saat ini masih berada dalam transisi dari kebijakan *ad valorem* ke kebijakan spesifik, sekalipun masih belum seluruhnya dirumuskan[23].

4. Subsidi terhadap produk domestik

Pemerintah Indonesia termasuk banyak membantu film nasional dengan subsidi yang ditujukan film mereka mendapat diskriminasi positif dibandingkan dengan film asing. Hal itu dilakukan baik dalam berbagai tahapan, mulai dari perolehan bahan baku dan peralatan dalam pembuatan film maupun subsidi berupa pembebasan bea masuk ketika pembuat film memproses film mereka di luar negeri berikut ini.

---

[23] "Pemerintah akan Membenahi Pungutan PPN Film Impor" di Kontan, Jumat 8 Juli 2011, hal. 2.

- Subsidi terhadap produk domestik dilakukan pada saat para pembuat film memasukkan film yang mereka proses di studio luar negeri ke Indonesia. Dengan berbekal rekomendasi dari pemerintah, dalam hal ini Kementrian Kebudayaan dan Pariwisata, pembuat film yang memasukkan film mereka, tak perlu lagi membayar bea masuk untuk setiap copy yang mereka hasilkan.
- Subsidi dalam bentuk lain adalah pembebasan bea masuk atas impor bahan baku dan peralatan produksi film untuk industri perfilman nasional, melalui Peraturan Menteri Keuangan No.34/PMK.010/2006 tahun 2006. Dalam peraturan ini, pembebasan bea masuk meliputi bahan baku film dan preparat kimia untuk memproses film dan peralatan untuk produksi film. Pembebasan bea masuk untuk peralatan ini meliputi: kamera dan proyektor, lensa, filter kamera, lampu listrik portabel, mikrofon, meja putar piringan hitam, perekam pita magnetik, peralatan laboratorium sinematografi dan *screen projector* dan aksesorinya.

Menteri Jero Wacik pada tanggal 30 Maret 2011 sempat menyebutkan adanya dukungan lebih jauh kepada industri film nasional dengan cara menekan pajak film nasional impor hingga mencapai nol persen[24]. Namun hal ini masih merupakan pernyataan saja dan Menteri Jero Wacik tidak merinci pajak apa saja yang akan dihilangkan dan kapan peraturan berkaitan dengan hal itu akan diwujudkan.

Karena apabila yang dimaksudkan adalah pembebasan bea masuk bagi bahan baku dan peralatan, sesungguhnya hal itu sudah terjadi sesuai dengan Peraturan Menteri Keuangan di atas.

---

[24] http://showbiz.vivanews.com/news/read/212177-film-hollywood-akan-masuk-indonesia-lagi

5. Ijin impor

Ijin impor film di Indonesia pada masa Orde Baru berkaitan erat dengan bisnis dan tata niaga. Pada awalnya perijinan impor cukup dilakukan dengan sederhana sebagai bagian dari pendaftaran perusahaan. Para importir pada dekade 1950-an membentuk semacam asosiasi bernama Giprodfin atau Gabungan Importir-Produsen Film Indonesia yang bekerja secara bebas dan membentuk kesepakatan sesama mereka. Namun keadaan berubah ketika pemerintah Orde Baru mulai melakukan penunjukan yang kemudian bermuara kepada pembentukan *single buying agency* atau badan pembeli tunggal bagi film-film asing, dikelompokkan berdasarkan tiga kelompok besar: film Amerika-Eropa, film Asia Mandarin dan film Asia Non-Mandarin. Pembentukan dan jatuh bangunnya *single buying agency* ini akan diceritakan lebih jauh pada bagian mengenai distributor.

Namun hal terpenting dari pengelompokan-pengelompokan itu adalah adanya semacam *entry barrier* bagi pemain-pemain baru untuk menjadi pengimpor film. Pengelompokan-pengelompokan melalui – terutama – asosiasi importir film, akhirnya membuat para pemain baru tak mudah untuk masuk ke dalam pasar karena misalnya keharusan membayar *import fee* kepada perusahaan yang diberi lisensi oleh pemerintah untuk itu.

Kebijakan di masa Orde Baru berangkat dari asumsi bahwa masuknya film impor harus mendukung perekonomian Indonesia. Maka ijin untuk mengimpor film dikaitkan dengan berbagai skema penarikan uang dari para importir atas film-film yang mereka impor. Dana yang terkumpul secara khusus ditujukan untuk menyediakan dana taktis guna mengembangkan industri film di Indonesia, termasuk di dalamnya penyediaan dana untuk keperluan produksi film. Lihat tabel berikut.

Secara garis besar, persyaratan-persyaratan yang mengiringi ijim impor film di Indonesia dari masa ke masa dapat dilihat dalam tabel di bawah ini.

Tabel 6

PERSYARATAN IMPOR FILM DI INDONESIA

Menteri	Kelompok importir	Persyaratan
BM Diah	Gabungan Importir-Produsen Film Indonesia (Giprodfin)	Setiap judul dikenakan dana Rp250 ribu yang merupakan pembayaran saham produksi
Boediardjo	Badan Kordinasi Importir Film (BKIF)	Pembayaran *import fee* tidak resmi kepada perusahaan yang ditunjuk oleh pemerintah untuk mendapat lisensi impor
Mashuri	Konsorsium Importir Film	Untuk film produksi anggota KIF, importir mendapat imbalan jatah mengimpor 3 film. Importir yang tidak berproduksi, wajib membeli 3 sertifikat produksi dengan nilai Rp3 juta melalui konsorsium masing-masing.
Ali Moertopo	Asosiasi Importir Film	Untuk setiap judul film yang diimpor dikenakan dana Rp25 juta sebagai sertifikat produksi.
Harmoko	Asosiasi Importir Film	Pemungutan dana sertifikat film Rp3 juta untuk tiap judul film yang diimpor dan Rp1 juta untuk setiap copy tambahan.
Yunus Yosfiah	Asosiasi Importir Film	Tidak ada lagi pungutan untuk film yang diimpor.

Sumber: disarikan dari Rahim Latif (1990)

Pada masa pasca Soeharto, kebijakan yang mengaitkan ijin untuk mengimpor film dengan berbagai pungutan untuk mendorong perfilman Indonesia sudah sama sekali tak ada. Perijinan bagi perusahaan impor film pada dasarnya hanya perijinan yang bersifat teknis dimana perusahaan harus meminta ijin kepada Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata untuk didaftarkan sebagai perusahaan yang melakukan kegiatan impor film dan kemudian perusahaan itu harus mendaftarkan dirinya sebagai perusahaan impor agar mendapat nomer induk kepabeanan sebagai perusahaan yang melakukan impor. Pungutan yang dikenakan berkaitan dengan pendaftaran ini juga merupakan pungutan yang memang berlaku umum dan tidak dikaitkan dengan pungutan yang bertujuan untuk menggalang dana

taktis untuk produksi film nasional atau kebutuhan-kebutuhan lainnya.

6. Pengendalian mata uang asing

Indonesia tidak menganut pengendalian mata uang asing yang berakibat pada tindakan balasan dari pihak produsen film Amerika. Hal ini berbeda dengan kebijakan negara seperti Venezuela, misalnya yang menganut pembatasan jumlah maksimum mata uang asing yang dapat ditransfer keluar dari negara tersebut setiap bulannya. Hal ini menimbulkan reaksi dagang yang negatif. Bahkan pengendalian mata uang asing ini berakibat langsung pada distribusi film, seperti yang dilakukan oleh Studio Paramount yang menarik film mereka yang sedang beredar pada bulan Juli 2011 disebabkan oleh pembatasan arus keluar devisa ini.[25]

Indonesia pernah menganut kebijakan pembatasan arus keluar devisa pada masa pemerintahan Presiden Soekarno dan ketika itu distributor film Amerika membuka perusahaan mereka di Indonesia dan mendistribusikan langsung film mereka ke bioskop-bioskop melalui Association of *Motion Pictures and Arts in Indonesia* (AMPAI)[26]. Sekalipun arus keluar devisa dibatasi oleh pemerintah pda waktu itu, tak ada tindakan berarti dari AMPAI yang menunjukkan langkah balasan seperti yang dilakukan di Venezuela seperti yang dilaporkan oleh *Hollywood Reporter* di atas. Tampaknya perlakuan studio-studio Amerika bisa berbeda pada masa yang berbeda.

7. Perlindungan terhadap hak kekayaan intelektual

Di atas kertas, perlindungan terhadap hak kekayaan intelektual di Indonesia tergolong maju. Peraturan perundang-undangan yang melindungi film sebagai barang dengan hak kekayaan

[25] http://www.hollywoodreporter.com/news/paramount-pulls-films-venezuela-because-215697
[26] Keterangan ini didapat dari distributor Rahim Latif dalam wawancara, 15 Januari 2011.

intelektual ada pada Undang-undang No. 19 tahun 2002 yang sudah mengadopsi berbagai ketentuan internasional yang berkaitan dengan perlindungan hak kekayaan intelektual, termasuk di dalamnya produk sinematografi.

Bahkan perlindungan itu sampai kepada perlindungan yang sangat teknis seperti pembatasan terhadap teknologi pembajakan film melalui cakram rekam optik (*optical disc*). Guna melindungi lebih lanjut dari kemungkinan penggandaan lewat cakram rekam optik berteknologi tinggi, pemerintah mengeluarkan peraturan pemerintah yang mengatur peredaran dan penggunaan teknologi tersebut. Melalui Peraturan Pemerintah No. 29 tahun 2004 tentang Sarana Produksi Berteknologi Tinggi untuk Cakram Optik (*Optical Disc*), setiap perusahaan yang akan mendatangkan mesin cetak cakram optik ini harus memiliki ijin khusus. Dalam kepemilikan, pengalihan kepemilikan bahkan hingga kegiatan produksi, pemilik cakram rekam optik ini harus melaporkannya kepada Departemen Perindustrian untuk keperluan pengawasan.

Selain perangkat peraturan yang mengatur hal prinsipil dan kepentingan teknis ini, Indonesia juga mendirikan Pengadilan Niaga yang memiliki kekhususan dalam penanganan perkara yang berkaitan dengan hak kekayaan intelektual. Pengadilan Niaga saat ini didirikan di 5 kota besar di Indonesia dengan maksud mempercepat proses persidangan yang berkaitan dengan sengketa-sengketa perdata khusus seperti kepailitan dan hak kekayaan intelektual. Dengan adanya Pengadilan Niaga ini, sengketa-sengketa hak kekayaan intelektual bisa mendapatkan penetapan yang tergolong cepat dibandingkan proses persidangan biasa.

Selain itu, dalam rumpun perundang-undangan yang berkaitan dengan hak kekayaan intelektual, Indonesia sudah menyiapkan berbagai undang-undang selain UU Hak Cipta sebagai "induk" undang-undangnya. Selain UU Hak Cipta, masih ada UU Merk, UU Paten, UU Rahasia Dagang, UU Desain Industri, UU Tata Letak Sirkuit dan UU Perlindungan Varietas Tanaman, sekalipun dari

beberapa UU tersebut ada yang belum pernah digunakan sama sekali karena belum ada sengketa hak kekayaan intelektual yang berkaitan dengan hal tersebut.

Sekalipun di atas kertas, Indonesia mencatat perkembangan yang tergolong maju dalam perlindungan terhadap hak kekayaan intelektual, tetapi di dalam prakteknya, Indonesia terus menerus berada dalam pengawasan Amerika Serikat.

Pada tahun 1992, dalam sebuah *hearing* di sub komite perdagangan luar negeri Amerika Serikat, Indonesia disebut sebagai negara yang tidak memberikan perlindungan yang cukup kepada film-film Amerika. Dalam bahasa yang digunakan oleh Presiden MPEA, Asosiasi Eksportir Film Amerika, Jack Valenti, Indonesia masih lemah dalam penegakan hukum terkait dengan pembajakan. Pada waktu itu pembajakan dilakukan lewat kaset video. Selain itu secara khusus, Valenti memandang bahwa Indonesia tidak membuka pintunya bagi film Amerika. "Hidung kita ditekan oleh mereka hingga menempel erat pada kaca jendela (luar rumah mereka)"[27], adalah bahasa yang digunakan oleh Valenti dalam menggambarkan ketertutupan pasar Indonesia itu.

Sejak tahun 1996 hingga 2005, Indonesia terus menerus berada dalam *Priority Watch* List atau daftar negara yang harus diwaspadai karena pelanggaran terhadap hak kekayaan intelektual milik Amerika. *Priority Watch List* ini didasarkan pada Special-301 *Trade Act* 1974 atau Undang-undang Perdagangan tahun 1974 yang pelaksanaannya dijalankan oleh otoritas perdagangan luar negeri Amerika atau USTR (*United States Trade Representatives*). Melalui USTR, pemerintah Amerika Serikat mengekspresikan kepentingan perdagangan mereka dan melakukan serangkaian lobi dalam berbagai forum agar Indonesia bisa memberantas pembajakan film (*filmed entertainment*) dan pemalsuan terhadap obat-obatan paten Amerika[28].

[27] Hearing before the Subcommittee on International Trade of The Committee of Finance United State Senates, One Hundred Second Congress, March 6, 1992, hal. 21.
[28] *2010 Special Report*, April 30, 2010, United State Trade Representative hal. 26

Untuk merespons hal ini, pemerintah Indonesia mengeluarkan Keputusan Presiden Republik Indonesia No.4 tahun 2006 tentang Pembentukan Tim Nasional Penanggulangan Pelanggaran Hak Kekayaan Intelektual. Tim ini dibentuk oleh dan bertanggungjawab kepada presiden. Hal ini bisa mengeluarkan Indonesia dari *Priority Watch List* sekalipun hal itu ternyata tidak berlangsung lama, disebabkan sikap Indonesia yang dianggap lemah terhadap pembajakan.

Pada tahun 2010 dalam laporan yang disiapkan oleh Kantor Perdagangan Luar Negeri Amerika Serikat atau US Trade Representative, Indonesia masih disebut sebagai salah satu negara yang harus dimasukkan ke dalam *priority watch* list untuk lemahnya penegakan hukum dalam menghadapi pembajakan. Dalam laporan tersebut, disebutkan bahwa salah satu pasar yang terkenal karena keburukannya (*notorius market*) dalam pembajakan terhadap film Amerika dalam bentuk cakram rekam (pembajakan fisik, bukan pembajakan lewat distribusi digital), Harco Glodok disebut sebagai salah satu pasar terbesar di Indonesia. Penegak hukum Indonesia, menurut laporan tersebut, enggan masuk untuk melakukan aksi pemberantasan pembajakan disebabkan oleh kehadiran kelompok penjahat terorganisir (*organized criminal gang*) di sana. Bahkan dalam laporan itu disebutkan bahwa penegak hukum Indonesia dalam beberapa kesempatan telah menggunakan bantuan Amerika dalam melaksanakan penegakan hukum terkait barang bajakan di sana[29].

Dalam kacamata perdagangan Amerika, khususnya bagi lembaga seperti *Motion Pictures Association of Amerika* (MPAA), Indonesia termasuk negara yang pantas dimasukkan ke dalam daftar perhatian utama (*priority watch list*) akibat penindakan hukum yang lemah terhadap pembajakan. Dalam berbagai rekomendasi dari tahun ke tahun, Indonesia terus menerus masuk dalam daftar negara yang patut diawasi (*watch list*) atau *priority watch list* akibat masalah pembajakan ini. Dilihat dari kacamata kepentingan Amerika, hal ini tampak lebih buruk lagi

[29] ibid. hal. 44

akibat tidak bebasnya pasar Indonesia untuk penanaman modal langsung di bidang film yang membuat produser dan distributor film Amerika sulit berbisnis secara bebas.

8. Pembatasan kepemilikan perusahaan asing terhadap perusahaan bidang film

Indonesia termasuk negara yang menganggap bahwa kepemilikan asing pada perusahaan yang bergerak di bidang film harus dibatasi. Dalam daftar negatif investasi, bidang film memang dimasukkan oleh pemerintah. Entitas asing boleh memiliki saham dalam perusahaan film, tetapi dalam batasan jumlah maksimal.

Batasan maksimal itu, sesungguhnya dinyatakan secara eksplisit melalui lampiran Lampiran Peraturan Presiden No.36 tahun 2009. Di situ dijelaskan bahwa entitas asing yang ingin bekerjasama dengan perusahaan lokal di bidang film, hanya boleh memiliki saham sebesar 49% dari keseluruhan saham.

Namun di sisi lain, ada sebuah undang-undang yang menimbulkan sedikit ketidakpastian yaitu UU No.40 tahun 1999 tentang Pokok-pokok Pers. Dalam UU tersebut, kepemilikan asing pada perusahaan media dibatasi maksimum hanya 20% saja, lebih kecil daripada ketentuan pada Peraturan Presiden tersebut. Sekalipun tidak secara tegas menyebutkan bidang film, dalam analisis USTR, keberadaan dualisme aturan ini membuat ragu bagi asing dalam melakukan investasi karena film dapat digolongkan sebagai media massa sebagaimana media massa lain seperti televisi, radio, majalah atau koran. Karena posisi UU bagaimanapun lebih tinggi ketimbang peraturan menteri, maka timbul persepsi bahwa blanket regulation yang berlaku bagi investasi di bidang film adalah *blanket regulation* untuk bidang media, dan bukan ketentuan dalam Perpres tadi.

9. Penanaman modal langsung

Secara umum, Indonesia sudah membolehkan adanya investasi langsung dalam berbagai bidang, sekalipun masih melakukan pembatasan dalam bidang-bidang tertentu. Pembatasan ituberubah-ubah sesuai dengan strategi pengembangan industri yang diinginkan oleh pemerintah. Ketentuan umum dalam daftar negatif investasi ini berbeda-beda mulai dari bidang yang sama sekali tertutup untuk dimiliki oleh asing (daftar negatif informasi) sampai jumlah kepemilikan asing harus minoritas (antara 20% sampai 49%).

Untuk bidang film, Keppres No.36 tahun 2010 menyebutkan bahwa bidang film tergolong sebagai bidang dengan jumlah maksimum kepemilikan asing sebanyak 49%. Hal ini berarti, pihak asing yang ingin menanamkan modal di bidang perfilman, harus mengajak partner lokal dan kepemilikan saham pihak asing di dalam perusahaan yang akan didirikan tidak boleh melebihi 49%, atau kedudukan minoritas.

Ketentuan-ketentuan pembatasan ini dianggap sebagai sebuah halangan untuk investasi langsung, karena posisinya yang minoritas. Dalam menanggapi ajakan Menteri Keuangan agar produsen film Amerika membuka perusahaan di Indonesia, produser film Raam Punjabi menyebutkan adanya halangan ini serta perlunya ada “pemanis” dari pemerintah agar pihak asing bersedia untuk melakukan hal ini.

Hingga kini, sekalipun dikabarkan bahwa studio 20th Century Fox sudah membuka kemungkinan untuk membuka pasar dan memproduksi film mereka di Indonesia, belum ada realisasi lebih jauh dalam bentuk pembukaan perusahaan di Indonesia. Dari beberapa sumber diketahui bahwa sejak tahun 2009 Fox sudah melakukan serangkaian wawancara dengan para sutradara untuk melihat kemungkinan melibatkan mereka dalam produksi film yang dibiayai oleh Fox, dan dikabarkan bahwa Fox sudah memilih dua orang sutradara yang akan mereka minta untuk memproduksi film di Indonesia, tetapi hingga penelitian ini

selesai dilakukan pada tahun 2011, belum ada realisasi apapun dari hal tersebut.

Kebijakan kebudayaan

Kebijakan dalam bidang kebudayaan, terutama yang berkaitan dengan bidang film, sedikit banyak memperlihatkan posisi pemerintah yang berhadap-hadapan dengan pasar (*state vs market*). Di satu sisi terdapat pemerintah yang sangat promotif, dimana film dipromosikan sedemikian rupa sehingga dianggap mendukung ekonomi nasional sekaligus 'kedaulatan budaya'. Di sisi lain terdapat kebijakan yang longgar, *laissez-faire*, dimana campur tangan pemerintah terhadap kebudayaan rendah dan cenderung memberi kesempatan besar kepada arus film asing yang masuk Indonesia.

Dalam kacamata Andrew J. Flibbert (2007), tarik menarik antara kebijakan kebudayaan yang bersifat promotif dan *laissez faire* dapat dilihat seperti pada tabel di bawah ini.

Tabel 7
SPEKTRUM KEBIJAKAN KEBUDAYAAN

Kebijakan	Promotif	*Laissez-faire*
Jatah Waktu Tayang (*Screen time quota*)	Tinggi	Rendah
Sensor	Ketat	Lemah
Pembiayaan produksi film oleh pemerintah	Ada	Tidak ada
Penghargaan (*Awards*) yang diberikan oleh pemerintah	Ada	Tidak ada
Festival film yang disponsori pemerintah	Ada	Tidak ada
Keharusan penggunaan bahasa nasional (*dubbing*)	Ada	Tidak ada
Sekolah film negeri	Ada	Tidak ada

Sumber: Flibbert (2007), hal. 29

1. Jatah Waktu Tayang (*Screen time quota*)

Jatah waktu tayang adalah kebijakan yang mengharuskan bioskop untuk menyediakan waktu dan jam tayang bagi film nasional. Kebijakan ini merupakan kebijakan yang bersifat promotif agar film nasional bukan sekadar mampu bersaing dengan film asing, melainkan agar mendapat kepastian tempat di pasar, terlepas dari kualitas film nasional tersebut. Artinya, sebuah kebijakan yang bersifat promotif dalam hal jatah waktu tayang adalah kebijakan yang menghendaki agar film nasional tak perlu bersaing secara terbuka dengan film asing di dalam negeri lantaran tempatnya dalam distribusi dan eksebisi sudah dijamin oleh negara.

Kebijakan jatah waktu tayang ini pernah dilakukan di Indonesia melalui Surat Keputusan Bersama 3 Menteri yaitu Menteri Penerangan, Menteri Dalam Negeri dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan yang ditetapkan pada tanggal 20 Mei 1975. Kebijakan ini pada dasarnya menetapkan 2 hal penting yang berkaitan dengan tata edar film yaitu 1) ketentuan wajib edar dan 2) wajib putar film nasional.

Kebijakan wajib edar ini mengharuskan produser film nasional untuk mengedarkan film mereka dalam batas waktu 3 bulan sesudah lolos sensor. Sedangkan kebijakan wajib putar dikenakan kepada pengusaha bioskop untuk memutar film nasional sekurang-kurangnya 2 judul dalam 1 bulan dengan waktu minimum pertunjukan selama 2 hari. Sedangkan soal mutu film, disesuaikan dengan kelas-kelas bioksop yang ada.

Namun kebijakan ini kemudian dimentahkan oleh apa yang disebut sebagai kesepakatan Cipayung. Kesepakatan ini terjadi pada tanggal 14 Maret 1986 yang dilakukan oleh pengedar film nasional, importir dan pengusaha bioskop serta produser film. Kesepakatan ini menetapkan adanya batas minimum perolehan penonton agar ketentuan jatah waktu tayang ini bisa diberlakukan.

Kebijakan jatah waktu tayang muncul lagi pada UU No.33 tahun 2009 tentang Perfilman. Dalam ketentuan di undang-undang ini, bioskop diwajibkan memutar film nasional sebanyak 60% untuk setiap layar di setiap jam pemutaran yang ada. Ketentuan ini, hingga tulisan ini dibuat, belum dilaksanakan karena berbagai faktor. Penerapan jatah waktu tayang ini akan berdampak besar terhadap industri film karena akan memaksa terjadinya restrukturisasi pasar besar-besaran sekalipun kemungkinan besar hal itu akan terjadi secara tidak alamiah. Hal ini akan berdampak pada dua hal:

Pertama, film asing akan dikurangi pasoknya secara drastis karena bioskop diwajibkan memenuhi layarnya dengan 60% film nasional. Saat ini, jumlah film nasional yang diproduksi per tahun antara sekitar 70-an judul film untuk mengisi sekitar 600 layar, dan film impor yang masuk setiap tahun mencapai 200 judul film. Guna mengisi 60% layar dengan film nasional, maka film impor harus dikurangi dan film nasional ditambah. Sudah pasti hal ini akan mengundang reaksi keras, terutama dari produsen film Amerika yang kepentingannya terancam dengan pengurangan itu. Hal ini sudah dinyatakan dalam laporan MPAA kepada USTR pada tanggal 20 Oktober 2010. Dalam laporan tersebut, MPAA mendapat masukan dari pelaku industri di Indonesia bahwa ketentuan kuota 60% itu "tidak akan diberlakukan" tetapi tetap merasa bahwa solusi seperti itu tidak memuaskan[30]. Kuota ini juga, dalam pandangan MPAA, akan membatasi industri film Indonesia dari film-film asing berkualitas serta berpeluang menumbuhkan pembajakan.

Kedua, film nasional akan diproduksi dalam jumlah yang banyak karena besarnya permintaan dari bioskop guna memenuhi jatah. Karena tingginya permintaan, besar kemungkinan film yang diproduksi asal-asalan, dengan kualitas rendah demi memenuhi kuota ini. Rendahnya kualitas bisa berdampak pada penurunan kepercayaan kepada film Indonesia. Dalam situasi dimana substitusi terhadap hiburan di bioskop termasuk beragam,

[30] Motion Pictures Association of Ameria, *Trade Barriers to Exports of U.S. Filmed Entertainment*, October, 2010. Hal. 16.

ada kemungkinan penonton akan meninggalkan bioskop dan berdampak pada lesunya bisnis bioskop.

Pada intinya, kebijakan 60% jatah waktu tayang ini merupakan kebijakan yang tidak realistis untuk diterapkan di Indonesia saat ini. Namun di atas kertas, bisa dikatakan bahwa kebijakan film di Indonesia saat ini bersifat sangat promotif apabila ditinjau dari keberadaan jatah waktu tayang.

2. Sensor

Kebijakan sensor umumnya selalu dikaitkan dengan pengendalian isi / muatan film. Sensor pada dasarnya merupakan sarana untuk menentukan apa yang bisa dan tidak bisa ditampilkan di layar film oleh seorang pembuat film. Maka sensor dipandang sebagai persoalan kebebasan berekspresi dan kebudayaan, karena kebijakan sensor pada umumnya dipandang sebagai sebuah penghalang bagi kebebasan seorang seniman dalam berkarya. Di sisi lain, fim juga kerap dipandang sebagai media massa yang menyampaikan informasi kepada masyarakat. Maka dengan cara pandang ini, sensor juga kerap dipandang sebagai sebuah penghalang bagi kebebasan warga negara untuk mendapatkan informasi yang sebebas-bebasnya[31].

Sensor dan Industri

Dalam penelitian ini, sensor dilihat memiliki pengaruh terhadap industri film. Melalui sarana pengendalian muatan, sesungguhnya lembaga sensor bisa menetapkan semacam "kode produksi" agar dipatuhi oleh para pelaku industri sebagaimana hal ini diterapkan dalam industri film di Amerika. Dalam ketentuan pembatasan muatan dalam industri film Amerika dalam mekanisme klasifikasi, ketentuan-ketentuan dan penerapan klasifikasi yang dilakukan oleh asosiasi produser film Amerika, *Motion Pictures Association of America* (MPAA), keseluruhan sistem klasifikasi akhirnya ikut membentuk antisipasi penonton

[31] Argumen ini antara lain diajukan oleh Masyarakat Film Indonesia ketika menggugat pasal-pasal dalam UU Film tahun 1992 seperti yang dibahas nanti.

terhadap film yang akan diputar, termasuk rating yang diberikan oleh MPAA. Dengan rangkaian ketentuan-ketentuan yang relatif pasti dalam kode produksi tidak tertulis yang diterapkan oleh MPAA dan sistem *rating*-nya, para pelaku industri juga melakukan berbagai cara untuk menyiasati produk yang mereka hasilkan, berkaitan dengan kemungkinan pemasaran film-film mereka.

Misalnya, sebuah film yang mengandung adegan tokoh utamanya merokok akan mendapat rating setidaknya PG-13 (*Parents Strongly Cautioned Some material may be inappropriate for children under 13*) atau hanya boleh ditonton oleh penonton berusia 13 tahun ke atas. Maka dengan sendirinya, film tersebut akan membatasi sendiri pasarnya dan membuat penonton berusia di bawah 13 tahun tidak diperbolehkan untuk menontonnya – setidaknya secara terbuka di bioskop-bioskop. Demikian pula halnya, misalnya, dengan adegan-adegan kekerasan, kata-kata kasar (*profane language*) dan sebagainya yang dengan sendirinya akan membuat pembatasan terhadap berbagai hal yang berkaitan dengan distribusi film tersebut (pemasaran, promosi dan sebagainya). Dengan demikian, para pelaku industri akan memiliki semacam panduan terhadap produk yang mereka hasilkan.

Pandangan semacam ini tidak ada dalam kajian mengenai sensor di Indonesia karena perhatian lebih banyak diarahkan kepada kecenderungan Orde Baru untuk menerapkan sensor sebagai sarana pengendalian film. Pemerintahan Orde Baru menyadari bahwa film merupakan medium yang ampuh dalam menyebarkan dan menanamkan gagasan. Maka pemerintah Orde Baru secara aktif menggunakan medium film dalam menciptakan ketertiban sosial politik yang dibutuhkan dalam pembangunan ekonomi pada masa Orde Baru. Maka muatan dalam film diarahkan guna mendukung gagasan mengenai ketertiban, keunggulan lembaga otoritas formal di atas masyarakat sipil dan menciptakan mitos mengenai kekuatan negara Orde Baru dalam melindungi rakyatnya.

Penelitian ini mencoba melihat sensor dan pengendalian muatan secara umum sebagai sebuah perangkat penting dalam kaitannya dengan perkembangan industri film itu sendiri. Sekalipun sensor tidak merupakan penentu yang secara langsung berpengaruh terhadap transaksi yang terjadi dalam industri film, tetapi sensor amat penting baik bagi penonton maupun pelaku bisnis film dalam membentuk lingkungan dimana film diproduksi, dan seperti apa film dikonsumsi. Kebijakan dalam sensor dan pengendalian muatan sesungguhnya berpeluang dalam membentuk konteks industri yang penting.

Pada saat penonton tak lagi datang ke bioskop karena berbagai hal (seperti banyaknya pembajakan terhadap film atau persaingan dengan televisi, misalnya) maka sensor akan melonggarkan gunting mereka guna mengembalikan minat penonton. Dalam kondisi begini, lembaga sensor kerap meloloskan film-film yang dipenuhi oleh adegan-adegan yang dipenuhi oleh hasrat dasar manusia terutama kekerasan dan sex seperti dinyatakan oleh Rosihan Anwar mengenai *back to basic*. Elemen-elemen *back to basic* (biasanya terutama sex dan kekerasan) ini biasanya diperketat dalam keadaan dimana penonton ramai berdatangan ke bioskop, tetapi ketika penonton menurun, maka kedua hal itu sengaja dilonggarkan guna merangsang penonton untuk ke bioskop.

Dalam kaitannya dengan hal tersebut di atas, maka sensor kerap ditempatkan berada di antara moralitas dan kepentingan komersial. Di satu sisi, Lembaga Sensor Film (LSF, dulu Badan Sensor Film, BSF) dianggap bisa menjaga “moralitas” masyarakat dengan memotong film-film yang menggambarkan kekerasan, sex dan hal-hal lain yang dapat dianggap mengganggu ketertiban masyarakat. Maka ketika lembaga sensor film melonggarkan pemotongan terhadap film yang bermuatan kekerasan dan sex, lembaga itu dianggap mengorbankan penjagaan moral masyarakat.

Tarik menarik antara muatan sex dan kepentingan komersial selalu muncul sejak lama. Pada dekade 1980-an, hal itu

menjadi agenda perbincangan publik yang luas. Beberapa film dibicarakan dengan luas karena dianggap sebagai jalan pintas produser dalam menghadirkan penonton ke bioskop. Salah satu contoh yang sempat mendapat perhatian adalah film *Ketika Musim Semi Tiba* (Sutradara Bobby Sandy, 1987). Film ini sempat beredar di bioskop dan dianggap mengumbar adegan-adegan sex pemain utamanya, Meriam Belina. Film ini sempat laris dan mendatangkan banyak penonton. Namun protes kepadanya berdatangan, termasuk pula tuduhan bahwa banyaknya adegan "panas" dalam film itu muncul karena produsernya bersedia membayar kepada Badan Sensor Film (BSF)[32] ketika itu.

BSF sendiri menolak tuduhan soal uang itu. Namun BSF mengakui bahwa mereka melakukan "kompromi" dalam melakukan sensor mengingat investasi yang sudah ditanamkan oleh produser dalam film tersebut. BSF, dalam reaksinya terhadap gugatan kepada film *Ketika Musim Semi Tiba*, menyatakan bahwa mereka memiliki visi untuk mendukung film Indonesia dan sedapat mungkin mengusahakan agar film Indonesia lolos sensor 100%.

Pada tahun 1980-an, produser Gope T. Samtani menyebutkan bahwa daya tarik sex merupakan bumbu yang penting. Produser PT Rapi Film itu menyebutkan toleransi sebesar 10% dalam film-filmnya. Soal bumbu ini juga diakui oleh almarhum sutradara Nyak Abbas Akup yang melihat bahwa bumbu sex dan dan sadisme merupakan rumus agar sebuah film menjadi laku. Sutradara yang banyak membuat film komedi ini mengggambarkan bahwa "film Suzanna tidak ada yang tidak laku". Ia mengacu kepada artis Suzanna yang dikenal sebagai seorang bintang film yang berani beradegan buka-bukaan dalam film-film horor-legenda. Nyak Abbas, berbicara di tahun 1989, menyebutkan adanya pergeseran nilai dalam masyarakat dan nilai-nilai ini yang menyebabkan muatan sex dan kekerasan punya daya tariknya sendiri.

[32] "Yang Longgar Yang Membakar", *Tempo* 6 Juni 1987.

Pada penghujung dekade 1980-an, sebuah film menggegerkan dunia perfilman ketika sesudah 2 bulan beredar ditarik lagi karena banyaknya protes terhadap film tersebut. Film *Pembalasan Ratu Laut Selatan* (Sutradara Tjut Djalil, 1988) merupakan film yang mendapat protes keras karena penggambarannya yang vulgar terhadap kekerasan dan sex. Film itu sempat laris di bioskop, tetapi kemudian ditarik dan disensor ulang oleh BSF untuk kemudian diedarkan kembali. Protes-protes terhadap film itu jelas mendatangkan penonton ke bioskop yang penasaran melihat filmnya.

Produser film *Pembalasan Ratu Laut Selatan*, Ram Soraya dari PT Soraya Intercine Film, menyebutkan bahwa film itu merupakan hasil kerjasama dengan pihak asing (film ini memakai bintang asing bernama Barbara Constable). Ia menyebut bahwa 70% modal pembuatan film Pembalasan Ratu Laut Selatan berasal dari pihak asing dan adegan erotis di dalam film tersebut merupakan usulan dari pihak luar agar "sesuai dengan keinginan pasar di dalam negeri"[33]. Film ini akhirnya ditarik dari peredaran dan tersimpan di Badan Sensor Film selama 6 tahun sebelum akhirnya diedarkan kembali sesudah mengalami pemotongan ulang[34].

Namun pelonggaran besar-besaran terhadap ketentuan sensor untuk adegan-adegan sex terjadi pada paruh pertama dekade 1990-an. Ketika itu bioskop kehilangan penonton akibat munculnya TV swasta dan maraknya pembajakan lewat medium yang murah yaitu *Video Compact Disc* (VCD). Pembajakan yang awalnya marak lewat kaset video seperti VHS, mengalami peningkatan ketika beralih ke medium VCD karena harganya yang relatif lebih murah dengan kualitas yang lebih baik. Hal ini membuat film-film bioskop kehilangan daya tarik terutama di kota-kota kecil dan lokasi bioskop *second run* dan *third run* karena film-film yang beredar sudah lebih dulu tersedia dalam

[33] "Gunting BSF Kok Majal", *Tempo* 15 Juli 1989.

[34] Film ini disulihsuarakan ke dalam bahasa Inggris, dan didistribusikan secara internasional dengan label film *cult* dan eksploitasi oleh Mondomacabro DVD dengan judul *Lady Terminator* si tahun 2000an.

bentuk VCD dan dipasarkan dengan relatif bebas dimana-mana. Jumlah penonton film menurun dan bioskop mengalami bisnis yang sulit. Demikian pula dengan kehadiran TV swasta yang menghadirkan alternatif hiburan terhadap bioskop. TV swasta yang bisa dikonsumsi tanpa biaya sama sekali membuat penonton enggan ke bioskop.

Pada masa inilah Badan Sensor Film melonggarkan gunting mereka dan membiarkan film-film bermuatan sex memenuhi bioskop. Dengan melihat kepada keberhasilan film *Pembalasan Ratu Laut Selatan*, banyak produser film yang mencoba peruntungan dengan membuat film-film yang tergolong "berani" pada awal dekade 1990-an itu. Ketua Badan Sensor Film ketika itu, Soekanto, mengakui bahwa lembaga yang dipimpinnya memang melonggarkan penyensoran film Indonesia. Pelonggaran ini dilakukan berdasarkan sebuah kebijakan lisan yang mengimbau agar semua mendukung film Indonesia dengan maksud agar kebijakan sensor terhadap film Indonesia tidak seketat untuk film asing[35]. Pada waktu itu, ketua BSF juga beranggapan bahwa lembaga mereka adalah filter kedua dalam meloloskan adegan-adegan yang dianggap vulgar karena filter pertama adalah Direktorat Pembinaan Film dan Rekaman Video yang berada di bawah Departemen Penerangan. Direktorat ini berwenang memberi ijin produksi, dan apabila sebuah film sudah mendapat ijin dari Direktorat, mereka akan memprotes apabila BSF memotongnya[36].

Menurut Direktur Pembinaan Film dan Rekaman Video Departemen Penerangan, Narto Erawan, hal itu terjadi karena "pengembangan para produser di lapangan. Apa yang tertulis di skenario lantas menjadi lain dengan filmnya"[37]. Dan dengan jelas para produser ketika itu seperti Ferry Angriawan mengakui bahwa film yang bermuatan sex itu memang dibuat sebagai upaya memancing selera penonton.

---

35 "Film Indonesia Silakan *Back to Basic", Tempo* 25 Juni 1994
36 ibid
37 Ibid

Awal dekade 1990-an, tepatnya pada tahun 1992, dipenuhi oleh film-film yang memang mengandalkan adegan sex sebagai sajian utama. Film-film seperti *Gadis Metropolis* atau *Gairah Malam* berhasil mendatangkan penonton dalam jumlah banyak dan mengalahkan jumlah penonton film-film yang tidak mengandalkan pada adegan sex. Majalah Tempo melaporkan bahwa film-film seperti *Gadis Metropolis* berhasil mendapat 200.000 penonton dan *Gairah Malam* mendatangkan 265.000 penonton sementara film seperti *Plong* (sutradara Putu Wijaya) mendapat 8.400 penonton dan film *Si Kabayan* mendapatkan penonton 35.000 penonton. Maka film-film bermuatan sex segera menjadi andalan para produser film dalam beberapa tahun ke depan sesudah larisnya film-film tersebut. Segera saja pada awal dekade 1990-an ini muncul para bintang film "panas" yang terkenal karena keberanian mereka untuk beradegan terbuka. Beberapa di antaranya adalah Inneke Koesherawati, Sally Marcellina. Febby Lawrence, Malfin Shayna dan Ayu Yohana.

Identifikasi penonton terhadap para "bintang panas" pada eranya masing-masing bisa dikatakan menjadi salah satu hal yang menjadi daya tarik utama sebuah film (Imanjaya, 2006). Sekalipun demikian, banyak pembuat film yang menunjuk ketidakmampuan membuat cerita yang baik sebagai penyebab dari diambilnya jalan pintas untuk menghadirkan film yang dipenuhi oleh adegan sex dan kekerasan. Sutradara D. Djajakusuma menyebutkan ketidakmampuan para pembuat film untuk menggali khazanah cerita dari negeri sendiri yang telah menyebabkan para produser mengandalkan pada kekerasan dan terutama sex.

Sensor dan Industri Film Pasca Soeharto

Sebelum membahas mengenai sensor dan industri film pada masa pasca Soeharto, ada baiknya melihat kebijakan sensor film secara umum. Kebijakan penyensoran film pada masa Pasca Soeharto pada dasarnya tidak memiliki perbedaan mendasar

dengan pada masa sebelumnya. Sekalipun Undang-undang Film tahun 2009 sudah ada, pada dasarnya ketentuan-ketentuan dalam penyensoran film masih mengikuti ketentuan yang ada pada Peraturan Pemerintah Nomer 7 tahun 1994 tentang Lembaga Sensor Film.

Ketentuan sensor dalam UU Film tahun 1992 digugat oleh sekelompok pembuat film yang tergabung dalam Masyarakat Film Indonesia (MFI). Gugatan ke Mahkamah Konstitusi atau *judicial review* ini dilakukan sebagai tindak lanjut dari protes yang dilakukan sebelumnya oleh MFI pada tanggl 3 Januari 2007 ketika mereka memprotes kemenangan film *Ekskul* (Sutradara Nayato Fio Nuala, 2006) sebagai film terbaik dalam Festival Film Indonesia tahun 2006 dengan cara mengembalikan Piala Citra yang pernah mereka terima di tahun-tahun sebelumnya. Protes itu berkaitan dengan penggunaan ilustrasi musik dalam film tersebut yang diambil dari film asing seperti *Taegukgi* dan *Munich* (sutradara Steven Spielberg) tanpa meminta ijin kepada pemilik musiknya. Para pemrotes beranggapan bahwa kemenangan Ekskul merupakan wujud dari kecerobohan lembaga perfilman yang ada, dan menunjukkan bahwa lembaga-lembaga itu tidak lagi kredibel untuk mengurusi perfilman di Indonesia.

Protes ini berlangsung beberapa lama dan mengundang banyak perhatian. Protes yang berawal dari kemenangan film *Ekskul* dan terhadap penyelenggaraan FFI akhirnya berkelanjutan menjadi protes pembubaran terhadap lembaga-lembaga kuasi pemerintah yang mengurusi perfilman seperti Badan Pertimbangan Perfilman Nasional (BP2N) dan Lembaga Sensor Film (LSF). Protes terhadap LSF berjalan lebih jelas dengan langkah berupa pengajuan *judicial review* kepada Mahkamah Konstitusi, meminta agar pasal-pasal dalam UU No.8 tahun 1992 tentang Perfilman dihapuskan karena bertentangan dengan hak konstitusional warga negara.

Gugatan kepada Mahkamah Konstitusi itu diajukan oleh beberapa perorangan yang mengalami pengalaman buruk dengan sensor dalam menjalankan kegiatan dan usaha perfilman. Para penggugat itu adalah:

1. Annisa Nurul Shanty atau Shanty sebagai artis yang menggugat pemotongan oleh LSF terhadap film *Berbagi Suami* (Sutradara Nia Dinata) yang dibintanginya yang dianggap menghilangkan informasi kekikukan seorang perempuan pada malam pertamanya dalam menghadapi suaminya;

2. Muhammad Rivai Riza atau Riri Riza yang menggugat LSF karena pemotongan adegan ciuman pada film *Gie* (Sutradara Riri Riza) yang dianggap telah mengganggu keutuhan karakter, bahkan keutuhan makna film itu sendiri. Riri Riza juga menggugat LSF untuk pemotongan dalam film *3 Hari untuk Selamanya* yang juga dianggap menghilangkan keutuhan karakter anak muda Indonesia yang ingin ditampilkan pada film itu;

3. Nur Aisyah Kurniati Dewi atau Nia Dinata sebagai produser film yang menggugat LSF karena pemotongan terhadap adegan teroris sholat berjamaah dan membaca AL Quran dalam film *Long Road to Heaven* (Sutradara Enison Sinaro), yang dianggap menghilangkan makna dan/atau informasi yang hendak disampaikan serta menutupi informasi sejarah dari masyarakat dan secara tidak langsung mengerdilkan kedewasaan masyarakat umum;

4. Lalu Rois Amiridhiani sebagai penyelenggara Jakarta International Film Festival (JIFFEST) yang menggugat LSF karena pelarangan terhadap 4 film yang akan diputar di JIFFEST yaitu *Timor Loro Sae* (sutradara Vitoe Lopez), *Tales of Crocodile* (sutradara Jan van den Berg), *Passabe* (sutradara James Leong dan Lynn Lee) dan *The Black Road* (sutradara William Nessen). Pelarangan oleh LSF ini dianggap sebagai upaya untuk menghalang-halangi kebenaran sejarah tentang bangsa ini untuk diketahui oleh seluruh warga negara;

5. Tino Saroenggalo sebagai seorang sutradara yang menggugat pengubahan judul yang dilakukan oleh LSF terhadap filmnya yang semula berjudul *Student Movement in Indonesia: The*

Army Forced Them to Be Violent (sutradara Tino Saroenggalo) menjadi *Student Movement in Indonesia* serta pemotongan beberapa adegan di dalamnya tidak hanya menghancurkan film sebagai karya, tetapi juga menunjukkan upaya LSF untuk menutupi sejarah;

Pada dasarnya para pemohon ini menggugat ketentuan-ketentuan mengenai sensor di dalam UU No.8 tahun 1992 tentang perfilman karena hal itu bertentangan dengan hak konstitusional, bahkan hak asasi manusia yang paling mendasar sebagaimana tercantum dalam Pasal 28 F UUD 1945 yang telah diamandemen. Pasal itu menyatakan bahaw setiap orang berhak untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi untuk mengembangkan pribadi dan lingkungan sosialnya serta berhak untuk memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah dan menyampaikan informasi dengan menggunakan segala saluran yang tersedia. Penyensoran, dalam argumen ini, adalah menghalangi saluran-saluran tersebut.

Penyensoran, dalam pandangan para penggugat menyebabkan film yang dalam wujud fisiknya merupakan karya cipta seni dan budaya tidak pernah sampai dan/atau diterima oleh penonton, dan dengan demikian makna dan informasi yang terkandung dalam film tersebut tidak akan pernah sampai dan/ atau diterima oleh penonton. Akibat dari hilangnya informasi ini membuat film tersebut menjadi tidak sampai secara utuh dan tidak dapat diterima oleh penonton.

Mahkamah Konstitusi menyidangkan perkara ini dengan Ketua Majelis Jimly Asshidiqqie yang juga merupakan Ketua Mahkamah Konstitusi. Mahkamah Konstitusi memutuskan untuk menolak permohonan untuk mencabut pasal-pasal yang berkaitan dengan penyensoran (yang berimplikasi dibubarkannya LSF) dengan konklusi yang menarik. Dalam konklusi yang dimuat dalam Putusan Mahkamah Konstitusi[38], disebutkan ada dua hal penting yang perlu diperhatikan.

[38] Keseluruhan putusan Mahkamah Konstitusi mengenai permohonan uji materi UU Film ini bisa dilihat pada Putusan MK No. PUTUSAN Nomor 29/PUU-V/2007 yang bisa diunduh di website www.mahkamahkonstitusi.go.id.

Pertama, bahwa UU Perfilman yang berlaku saat ini, termasuk ketentuan yang mengatur sensor dan lembaga sensor film sudah tidak sesuai dengan semangat zamannya, sehingga sangat mendesak untuk dibentuk undang- undang perfilman yang baru beserta ketentuan mengenai sistem penilaian film yang baru yang lebih sesuai dengan semangat demokratisasi dan penghormatan terhadap HAM; dan

Kedua, bahwa untuk menghindari terjadinya kekosongan hukum yang berakibat terjadinya ketidakpastian hukum, keberadaan UU Perfilman *a quo* beserta ketentuan tentang sensor dan lembaga sensor film yang termuat di dalamnya, tetap dapat dipertahankan keberlakuannya, sepanjang dalam pelaksanaannya dimaknai dengan semangat baru untuk menjunjung tinggi demokrasi dan HAM atau dengan kata lain UU Perfilman *a quo* yang ada beserta semua ketentuan mengenai sensor yang dimuat di dalamnya bersifat *conditionally constitutional* (konstitusional bersyarat). Oleh karena itu, keberadaan sensor dan lembaga sensor (LSF) yang tercantum dalam UU Perfilman sepanjang memenuhi syarat-syarat tersebut di atas tetap konstitusional[39].

Putusan Mahkamah Konstitusi ini menyadari bahwa UU Film yang dibuat pada tahun 1992 itu memang ditujukan untuk melakukan kontrol terhadap masyarakat, dan dengan berubahnya kondisi masyarakat dan kepolitikan, maka *raison d'etre* atau alasan yang menjadi penyebab lahirnya UU Film tersebut sudah tidak relevan lagi. Maka dari itulah maka Mahkamah Konsitusi dalam konklusinya menyebutkan bahwa pembuatan UU Film baru sangat mendesak disertai dengan sistem penilaian film yang lebih sesuai dengan semangat demokratisasi dan penghormatan terhadap hak asasi manusia.

UU Film baru memang akhirnya dibuat pada tahun 2009. Namun UU tersebut sama sekali tidak menyebutkan putusan Mahkamah Konstitusi ini sebagai salah satu konsideran atau

---

[39] Ibid, hal.

pertimbangan dalam UU tersebut[40]. UU Film yang baru tetap memuat kebijakan sensor dalam pasal-pasal yang lebih lengkap dan rinci ketimbang UU Film tahun 1992. Sekalipun sudah rinci, UU yang baru ini – serupa dengan UU tahun 1992 – tetap mencantumkan bahwa aturan pelaksanaan sensor akan diatur melalui Peraturan Pemerintah.

Untuk mendapatkan gambaran perbedaan antara ketentuan sensor pada masa Orde Baru dan kebijakan pasca Soeharto, bisa dilihat pada tabel berikut:

[40] Selain beberapa undang-udang yang relevan lain yang juga tak dicantumkan seperti misalnya UU Perlindungan Konsumen, UU Perlindungan Anak.

Tabel 8

PERBANDINGAN KETENTUAN SENSOR PADA MASA ORDE BARU DAN PASCA SOEHARTO[41,42,43]

Ketentuan	Orde Baru (UU No. 8 Tahun 1992 dan PP No.7 tahun 1994)	Pasca Soeharto (UU No.33 Tahun 2009)[41]
Penyensoran		
• Prinsip[42]	Sesuai dengan dasar penyelenggaraan perfilman di Indonesia: a. Pelestarian dan pengembangan nilai budaya bangsa; b. Pembangunan watak dan kepribadian bangsa serta peningkatan harkat dan martabat manusia; c. Pembinaan persatuan dan kesatuan bangsa; d. Peningkatan kecerdasan bangsa; e. Pengembangan potensi kreatif di bidang perfilman; f. Keserasian dan keseimbangan di antara berbagai jenis usaha perfilman; g. Terpeliharanya ketertiban umum dan rasa kesusilaan; h. Penyajian hiburan yang sehat sesuai dengan norma-norma kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara; dengan tetap berpedoman pada asas usaha bersama dan kekeluargaan, asas adil dan merata, asas perikehidupan dalam keseimbangan, dan asas kepercayaan pada diri sendiri.	Memberikan perlindungan kepada masyarakat dari pengaruh negatif film dan iklan film

[41] Belum ada Peraturan Pemerintah yang mengatur ketentuan mengenai sensor. UU No.33 tahun 2009 menyebutkan akan dibuat PP untuk mengatur ketentuan yang lebih rinci, sekalipun UU ini sudah rinci, terutama apabila dibandingakan dengan UU No.8 tahun 1992 yang hanya mengatur prinsip umum penyensoran.

[42] Prinsip inilah satu-satunya yang diambil dari UU No. 8 tahun 1992, sementara ketentuan lain diambil dari PP No.7 tahun 1994. Ini menandakan UU Film masa Orde Baru mengatur hal-hal yang sangat umum dan tidak rinci.

Ketentuan	Orde Baru (UU No. 8 Tahun 1992 dan PP No.7 tahun 1994)	Pasca Soeharto (UU No.33 Tahun 2009)[41]
• Mekanisme pemotongan	Tak disebutkan, dalam praktek, pemotongan dilakukan oleh LSF	Dialog dengan pemilik film, dan pemotongan dilakukan oleh pemilik film
• Aspek perlindungan masyarakat	Penyensoran sebagai sarana pemelihara tata nilai dan budaya bangsa agar dapat terjaga dan berkembang sesuai dengan kepribadian bangsa Indonesia; Penyensoran dimaksudkan agar film tidak mendorong khalayak untuk: a. Bersimpati terhadap ideologi yang bertentangan dengan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945; b. Melakukanperbuatan-perbuatan tercela dan hal-hal yang bersifat amoral; c. Melakukan perbuatan-perbuatan yang bertentangan dengan ketertiban umum dan perbuatan-perbuatan melawan hukum lainnya; d. Bersimpati terhadap sikap-sikap anti Tuhan dan anti agama, serta melakukan penghinaan terhadap salah satu agama yang dapat merusak kerukunan hidup antar-umat beragama.	Film yang menjadi unsur pokok kegiatan perfilman dan usaha perfilman dilarang mengandung isi yang: a. Mendorong khalayak umum melakukan kekerasan dan perjudian serta penyalahgunaan narkotika, psikotropika, dan zat adiktif lainnya; b. Menonjolkan pornografi; c. Memprovokasi terjadinya pertentangan antarkelompok, antarsuku, antar-ras, dan/atau antargolongan; d. Menistakan, melecehkan, dan/atau menodai nilainilai agama; e. Mendorong khalayak umum melakukan tindakan melawan hukum; dan/atau f. Merendahkan harkat dan martabat manusia.

Ketentuan	Orde Baru (UU No. 8 Tahun 1992 dan PP No.7 tahun 1994)	Pasca Soeharto (UU No.33 Tahun 2009)[41]
• Penggolongan Usia	Tidak disebutkan secara jelas dalam UU No.8 tahun 1982 dan PP No.7 tahun 1994.	a. Semua umur; b. 13 tahun atau lebih; c. 17 tahun atau lebih; dan d. 21 tahun atau lebih.
• Mekanisme Banding	Pemilik film dapat mengajukan keberatan atau pembelaan kepada badan yang berfungsi memberikan pertimbangan dalam masalah perfilman[43].	Tidak disebutkan ;
Lembaga Sensor Film		
• Kedudukan	Ibukota negara	Ibukota negara dan dapat membentuk perwakilan ibukota provinsi.
• Pemilihan anggota	Anggota LSF diangkat dan diberhentikan oleh Presiden atas usul Menteri untuk masa tugas 3 (tiga) tahun, dan dapat diangkat kembali untuk periode berikutnya.	a. Menteri mengajukan kepada Presiden calon anggota lembaga sensor film yang telah lulus melalui seleksi. b. Seleksi dilakukan oleh panitia seleksi yang dibentuk dan ditetapkan oleh Menteri. c. Panitia seleksi berasal dari pemangku kepentingan perfilman. d. Anggota LSF memegang jabatan selama 4 (empat) tahun dan dapat diangkat kembali untuk 1 (satu) kali masa jabatan; e. Anggota LSF diangkat oleh Presiden setelah berkonsultasi dengan Dewan Perwakilan Rakyat

[43] Dalam hal ini adalah BP2N.

Ketentuan	Orde Baru (UU No. 8 Tahun 1992 dan PP No.7 tahun 1994)	Pasca Soeharto (UU No.33 Tahun 2009)[41]
• Keanggotaan	LSF beranggotakan paling banyak 45 orang, terdiri dari unsur-unsur Pemerintah dan wakil-wakil masyarakat.	Anggota lembaga sensor film berjumlah 17 (tujuh belas) orang terdiri atas 12 (dua belas) orang unsur masyarakat dan 5 (lima) orang unsur Pemerintah.
• Anggaran	Dibebankan pada anggaran Departemen Penerangan.	a. LSF dibiayai dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara dan dapat didukung oleh anggaran pendapatan dan belanja daerah ; b. Lembaga sensor film dapat menerima dana dari tarif yang dikenakan terhadap film yang disensor. c. Pengelolaan dana wajib diaudit oleh akuntan publik dan diumumkan kepada masyarakat. d. Dana di atas tidak termasuk Penerimaan Negara Bukan Pajak.

Ketentuan	Orde Baru (UU No. 8 Tahun 1992 dan PP No.7 tahun 1994)	Pasca Soeharto (UU No.33 Tahun 2009)[41]
• Mandat lain LSF	Tidak disebutkan	a. Memasyarakatkan penggolongan usia penonton film dan kriteria sensor film; b. Membantu masyarakat agar dapat memilih dan menikmati pertunjukan fim yang bermutu serta memahami pengaruh film; c. Mensosialisasikan secara intensif pedoman dan kriteria sensor kepada pemilik film agar dapat menghasilkan film yang bermutu.

Sumber: Disarikan oleh Tim Rumah Film

Dalam prakteknya, kebijakan-kebijakan sensor pada masa pasca Soeharto masih dijalankan secara kurang lebih serupa dengan apa yang terjadi pada masa Orde Baru. Dalam catatan yang dibuat oleh Veronika Kusuma dan Ignatius Haryanto (2007), sensor pada masa pasca Orde Baru masih ditandai dengan ketajaman gunting dalam memotong adegan-adegan yang bernuansa politik, tetapi melemah dalam adegan-adegan dengan muatan sex. Dalam perlakuan terhadap film impor, LSF juga memperlihatkan adanya sikap mendua. Bukan rahasia lagi bahwa film-film impor lebih ditenggang dalam menampilkan unsur-unsur seksualitas, sementara film-film Indonesia mendapat perlakuan yang lebih ketat (*ibid*. hal. 130).

Dari catatan yang dibuat oleh kedua peneliti itu, terdapat 14 kasus yang berkaitan dengan sensor selama kurun waktu 1997-2007. Dengan mengkategorikan kasus-kasus yang mereka catat, maka urusan-urusan yang berkaitan dengan sensor pada kurun waktu ini adalah:

1. Sebanyak 7 kasus berkaitan dengan alasan politik dan kekuatiran terhadap kemungkinan kacaunya ketertiban umum yang ditimbulkan oleh film-film yang disensor;

2. Sebanyak 4 kasus berkaitan dengan adegan-adegan sex yang ringan seperti adegan ciuman yang berkepanjangan (film *Gie*), percumbuan lesbian dan adegan sex tidak eksplisit yang dilakukan sambil berdiri (*Berbagi Suami*);

3. Sebanyak 3 kasus berkaitan dengan "*political correctness*" atau menjaga moralitas yang dianggap sebagai sokoguru tegaknya masyarakat. Film seperti *9 Naga* (sutradara Rudi Soedjarwo) diminta menghapus tagline "Manusia terbaik di Indonesia adalah seorang penjahat", atau pemotongan adegan melinting ganja pada film *3 Hari untuk Selamanya* (sutradara Riri Riza).

Dengan melihat hasil pencatatan mereka pada rentang waktu penelitian ini, maka untuk sementara dapat disimpulkan bahwa LSF masih berpegang pada ketentuan-ketentuan yang berkaitan dengan sikap politik, ketertiban umum dan kekuatiran bahwa adegan film dapat membuat masyarakat sangat terpengaruh.

Namun selain kebijakan-kebijakan dan prakteknya seperti yang disebutkan di atas, terjadi perkembangan yang sangat menarik berkaitan dengan situasi dan kondisi penyensoran di Indonesia. Perkembangan itu bisa dilihat sebagai berikut.

Pertama, selain LSF, banyak lembaga-lembaga kemasyarakatan yang melakukan semacam "penyensoran" terhadap film-film yang tak mereka setujui, atau ancaman terhadap para pelaku bisnis film berkaitan dengan ketidaksetujuan mereka terhadap film yang dibuat oleh para pembuat film itu. Protes mereka terkadang hingga mengganggu ketertiban umum dan membawa rasa takut di kalangan para pekerja film karena ancaman kekerasan yang disampaikan. Selain itu, protes yang dilakukan dengan ancaman kekerasan ini juga menyebabkan terjadinya ketidakpastian bagi para pelaku bisnis film.

Dua organisasi kemasyarakatan yang paling banyak melakukan protes terhadap film dalam beberapa tahun belakangan adalah Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan Front Pembela Islam (FPI) terutama pada film-film yang dianggap memuat adegan-adegan sex yang vulgar, atau dianggap melakukan penghinaan terhadap agama. Selain itu, kelompok-kelompok keagamaan juga kerap melakukan protes, berkaitan dengan film-film yang dianggap merusak moral masyarakat dan menggambarkan agama secara keliru.

Kedua, di sisi lain, para pemrotes umumnya merasa bahwa lembaga seperti LSF tidak mampu memberi perlindungan bagi nilai-nilai budaya yang dianggap menjadi milik kolektif masyarakat. Misalnya dalam protes terhadap film *Rintihan Kuntilanak Perawan*, MUI menyebutkan bahwa hasil penyensoran LSF tidak ada artinya. Mereka mempertanyakan kebijakan LSF meloloskan film tersebut dan merasa bahwa keberadaan LSF percuma belaka karena tak mampu melindungi masyarakat dari hal-hal yang bisa merusak. Lembaga Sensor Film dianggap tak punya wibawa dan keputusan yang dihasilkannya tidak berpihak pada kepentingan orang banyak, maupun kemajuan film Indonesia yang bermutu.

Pada dekade 1980-an ketika LSF (ketika itu masih bernama BSF) meloloskan film *Ketika Musim Semi Tiba*, kecurigaan yang muncul terhadap lembaga sensor itu adalah adanya penyuapan yang membuat film dengan adegan buka-bukaan itu bisa lolos dari gunting sensor tanpa potongan berarti. Kini tuduhan terhadap LSF bahwa mereka menerima suap dalam meloloskan sebuah film memang tak pernah muncul secara terbuka, tetapi keberadaan dan keputusan mereka dianggap tak mampu membantu perkembangan nilai yang positif di masyarakat.

Dalam posisi penyensoran dan LSF yang seperti itu, maka tarik menarik antara kepentingan komersial para produser (yang terkadang menggunakan kontroversi dalam menarik penonton, termasuk di dalamnya penggunaan adegan-adegan sex dan

unsur "*back to basic*" lainnya) dengan kepentingan pihak-pihak yang mengaku penjaga moral menjadi berpengaruh besar terhadap industri film di Indonesia.

Dalam kaitannya dengan pengembangan produk (*product development*) film-film Indonesia pada masa pasca Soeharto ditandai oleh banyaknya pengulangan terhadap tema dan cara bercerita yang berhasil menarik banyak penonton. Pada tahun 2007, hal itu ditandai dengan diproduksinya film-film bergenre horor sebagai pengulangan dari keberhasilan beberapa film seperti *Jelangkung* (1 juta penonton), *Tusuk Jelangkung* (1 juta) hingga *Bangsal 13* (800 ribu) dan *Kuntilanak* (800 ribu penonton). Namun tidak semua film-film itu berhasil mendatangkan penonton seperti yang diharapkan, sampai kemudian unsur sex dimasukkan sebagai campuran di dalamnya.

Dimasukkannya unsur sex kembali secara masif sesudah dekade 1998, dalam film genre horor bisa dikatakan dimulai oleh film *Tali Pocong Perawan* (sutradara Arie Azis) yang menggunakan bintang Dewi Perssik, yang tampaknya sedang mengincar posisi menjadi simbol sex baru dalam film Indonesia. Film ini bertema horor dengan jalan cerita tentang seorang anak muda yang berniat untuk mendapat pacar dengan jalan pintas berupa mencuri tali pengikat pocong. Tali pengikat itu harus diambil dari orang meninggal yang masih perawan. Akibat dari pencurian ini, ia dikejar-kejar oleh sosok pocong yang talinya ia curi. Maka sepanjang film dipenuhi oleh adegan yang ada dalam formula dasar film horor yaitu ketika tokoh utamanya dikejar-kejar dan ditakut-takuti oleh sesosok hantu yang mendendam kepadanya.

Selain genre film ini yang jelas merupakan genre horor, *Tali Pocong Perawan* memuat banyak adegan Dewi Perssik di kolam renang dengan menggunakan bikini serta adegan-adegan ranjang yang jelas ditujukan untuk menjadi daya tarik utama bagi film ini. Dengan resep seperti ini, film *Tali Pocong Perawan* berhasil meraih angka penonton sebanyak 1,2 juta orang dan

menjadikan Dewi Perssik sebagai simbol baru bagi bintang panas Indonesia menggantikan nama-nama lama yang sempat populer pada dekade 1990-an[44].

Keberhasilan film ini segera diikuti oleh berbagai film lain yang mengandalkan pada gabungan elemen horor dan sex, dua elemen penting yang kerap dieksploitasi jika produser film ingin "*back to basic*" seperti yang digambarkan oleh almarhum wartawan Rosihan Anwar. Maka pada tahun 2007-2008 hingga 2011, paduan antara horor dan sex masih terus dieksploitasi oleh para produser.

Di sisi lain, unsur sex juga digabungkan dengan unsur komedi, terutama setelah keberhasilan film *Quickie Express* (sutradara Dimas Jayadiningrat, 2008). Film yang dianggap menggunakan rumusan film Warkop DKI ini berhasil menggabungkan antara komedi kehidupan kaum urban dengan unsur sex, dan dibuat dengan *production value* yang tinggi, membawa kembali ke era komedi 1980-an. Paduan sex dengan komedi yang dibawanya menimbulkan peniruan pada film-film lain yang mencoba ramuan serupa.

Namun tarik menarik antara muatan sex yang dianggap sebagai bumbu komersial dengan moralitas yang dianggap perlu dijaga, tidak terjadi begitu besar pada film sex-komedi. Pada film-film horor-sex, persoalan itu lebih besar dan menjadi perhatian publik. Bisa jadi karena adanya bintang-bintang porno dalam film-film tersebut.

Perhatian publik yang begitu besar terhadap film beraroma sex pada film-film masa pasca Soeharto terjadi ketika sebuah rumah produksi, Maxima, berencana menggunakan bintang film porno asal Jepang, Maria Ozawa alias Miyabi. Miyabi merupakan bintang yang cukup terkenal di Indonesia dan namanya beredar di komunitas-komunitas online bawah tanah. Karena keterkenalannya ini, produser dari Maxima production

[44] Selain Dewi Persik, nama lain yang bisa dikategorikan sebagai "bintang panas" berlakangan ini adalah Andi Soraya dan Julia Perez. Bintang lama seperti Tamara Blezinsky ikut pula bermain terbuka dalam Air Terjun Pengantin (sutradara Rizal Mantovani)

berpikiran untuk menggunakannya untuk bermain dalam film produksi di Indonesia.

Penggunaan bintang-bintang film "panas" dari luar negeri bukan hal yang sama sekali baru. Tetapi penggunaan bintang-bintang film yang memang bermain dalam film-film porno dalam film-film komersial yang tayang di bioskop umum, bisa dibilang merupakan sesuatu yang tergolong istimewa. Sekalipun bintang-bintang porno itu tidak tampil telanjang dan adegan-adegan di dalamnya masih dibuat berdasarkan standar ukuran penyensoran di Indonesia, publikasi yang didapat karena penggunaan bintang-bintang porno itu cukup besar dan sedikit banyaknya berhasil mendatangkan penonton juga, sekalipun tetap masih di bawah raihan film-film yang menggarap ceritanya dengan serius.

Penggunaan bintang-bintang porno ini bisa dibilang merupakan sebuah tahap lanjutan dari banyaknya unsur sex dan ketelanjangan dalam film Indonesia. Jika film seperti *Tali Pocong Perawan* dan beberapa ikutannya seperti *Tiren (Mati Kemaren)*, dan *Hantu Puncak Datang Bulan* masih menggunakan bintang film panas lokal, maka penggunaan bintang-bintang asing itu bisa dianggap sebagai usaha lebih serius dalam meningkatkan penjualan tiket. Keberadaan bintang-bintang porno ini pada dasarnya tidak berarti film-film itu dipenuhi oleh adegan buka-bukaan (*full frontal nudity*) karena hingga kini LSF masih tidak memperkenankan adegan tersebut.

Namun keberadaan bintang-bintang porno itu menimbulkan kontroversi, protes dan akhirnya pemberitaan yang luas yang menyebabkan terserapnya perhatian publik kepada film tersebut. Maka, penggunaan bintang-bintang film porno ini pada dasarnya merupakan sebuah cara promosi dengan menggunakan kontroversi.

Kontroversi ini bisa dianggap cukup berhasil mengundang penonton. Protes berkepanjangan dan liputan media terhadap film-film itu berhasil mendatangkan jumlah penonton yang

cukup besar, setidaknya diukur dari raihan penonton pada tahun yang bersangkutan. Film seperti *Suster Keramas* (dibintangi oleh bintang film porno Jepang Rin Sakuragi) dan *Menculik Miyabi* (dibintangi Miyabi) berhasil menjadi salah satu dari 10 film terlaris pada tahun ketika mereka diedarkan. Maka dari itu, para produser Maxima dan K2K yang banyak menggunakan bintang film porno itu, terus melakukannya untuk beberapa film mereka.

Tabel 9

PENGGUNAAN BINTANG PORNO ASING DALAM FILM INDONESIA

No	Judul Film	Bintang Porno Asing	Protes	Jumlah penonton
1	Suster Keramas	Rin Sakuragi (Jepang)	Rencana awalnya akan dibintangi oleh Maria Ozawa, tapi rencana ini terdengar oleh FPI dan diprotes keras. Akhirnya Maria Ozawa diganti oleh Rin Sakuragi, dan film ini tetap diprotes. Mahasiswa dari Forum Silaturahmi Lembaga Dakwah Kampus Bandung Raya melakukan demonstrasi. Massa dari Himpunan Mahasiswa Keperawatan Sulawesi melancarkan unjuk rasa di Makassar, meminta pencabutan izin edar film ini. Menteri Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Linda Amalia Sari menilai film ini berbau porno. Majelis Ulama Indonesia (MUI) di Samarinda, Kalimantan Timur, meminta agar film ini dilarang. MUI Palembang mengeluarkan fatwa haram untuk film ini. MUI pusat mendukung pilihan tersebut, namun tidak mengeluarkan fatwa terhadap film ini.	820.000

No	Judul Film	Bintang Porno Asing	Protes	Jumlah penonton
2	Arisan Brondong	Erika Kirihara (Jepang)	Film ini tak mendapat protes berarti dan tidak secara khusus mempublikasikan keberadaan Erika Kirihara di dalamnya.	Tak tersedia
3	Menculik Miyabi	Maria Ozawa / Miyabi (Jepang)	Diprotes oleh banyak pihak bahkan sebelum film ini dibuat, antara lain FPI. Protes terutama diarahkan kepada keterlibatan Miyabi yang terkenal sebagai bintang porno Jepang sekalipun produser film ini membantahnya dan menyatakan Miyabi sudah berhenti main film porno. FPI mengancam akan mengusir Miyabi seandainya ia datang ke Jakarta untuk melakukan pengambilan gambar. Syuting akhirnya dilakukan di Jepang.	447.453
4	Rintihan Kuntilanak Perawan (K2K Production)	Terra Patrick (Amerika Serikat)	MUI memprotes lolosnya film ini dan beranggapan keberadaan LSF percuma saja dengan diloloskannya film ini oleh LSF.	Tak tersedia
5	Suster Keramas 2	Sora Aoi (Jepang)	FPI memprotes film ini dan mengancam akan mendatangi bioskop FX yang dikabarkan akan didatangi oleh Sora Aoi dalam pemutaran film ini. FPI memprotes LSF dan berdemonstrasi di kantor LSF.	Tak tersedia
6	Pocong Mandi Goyang Pinggul (K2K Production)	Sasha Grey (Amerika Serikat)	FPI berdemonstrasi dengan membakar poster film ini dan melempari telur ke kantor rumah produksi K2K. Protes ibu pengajian ke rumah produksi K2K.	

Sumber: Tim Rumah Film

Dari penggunaan bintang film asing serta banyaknya protes yang berdatangan terhadapnya, kebijakan sensor di Indonesia dapat dikatakan sangat longgar terhadap film-film nasional. Tampak LSF seperti sedang berusaha mendukung agar industri film di Indonesia berkembang dengan cara memberi kebebasan lebih terhadap para produser.

Dengan melihat kecenderungan sensor seperti ini, tampak bahwa kebijakan sensor selalu berada dalam kondisi pendulum, berayun ke kanan atau ke kiri sesuai dengan keadaan pasar film nasional. Apabila pasar film nasional dalam keadaan sulit, maka sensor cenderung untuk longgar, terutama untuk muatan-muatan sex. Sedangkan apabila pasar dalam keadaan bergairah, muatan sex tidak diberi tempat.

3. Pembiayaan produksi film oleh pemerintah

Pembiayaan produksi oleh pemerintah merupakan salah satu tanda kebijakan yang sangat promotif. Pemerintah Indonesia, seperti digambarkan di atas, pernah melakukan pengumpulan dana lewat kegiatan impor film untuk kepentingan pengumpulan dana untuk produksi. Dana produksi film ini kemudian disalurkan oleh pemerintah Indonesia dalam berbagai skema yang berbeda-beda antara satu menteri dengan menteri lainnya. Namun pada umumnya, kebijakan pendanaan produksi oleh pemerintah dihubungkan dengan produksi film-film yang dianggap bermutu, atau dalam bahasa yang digunakan pada masa Menteri Ali Moertopo adalah film yang bermuatan "kultural edukatif".

Pada masa pasca Soeharto, kebijakan pembiayaan produksi oleh pemerintah setidaknya dilakukan 3 kali, yaitu pada tahun 2004, 2006 dan tahun 2011. Mekanisme yang digunakan untuk pendanaan ini dimulai dari perlombaan penulisan skenario film cerita yang diselenggarakan oleh Direktorat Film yang berada di bawah Direktorat Jendral Nilai Budaya Seni dan Film, Kementrian Budaya dan Pariwisata. Perlombaan ini dibuka untuk umum, dan

penilaian terhadap karya yang masuk dilakukan oleh dewan juri yang terdiri dari kritikus film dan para profesional di bidan perfilman serta kaum intelektual.

Namun dari 3 kali pendanaan ini dilakukan, hanya baru pada tahun 2004, naskah yang menjadi pemenang itu diproduksi, yaitu film *Panggung Pinggir Kali* (sutradara Ucik Supra, 2004) dan *Anne Van Jogja* (sutradara, Bobby Sandy, 2004). Sedangkan untuk naskah yang mejnadi pemenang pada lomba penulisan film cerita tahun 2006, naskah itu hanya diterbitkan dalam bentuk buku. Menurut Direktur Film Syamsul Lussa, naskah-naskah itu pernah ditawarkan kepada produser, tetapi tidak ada produser yang menunjukkan minatnya, sehingga hingga kini naskah-naskah itu belum pernah diproduksi. Pada tahun 2011 perlombaan itu diselenggarakan kembali, tetapi hingga penulisan penelitian ini dilakukan, belum ada pemenang dari perlombaan tersebut dan belum diketahui apakah naskah pemenang itu akan diproduksi menjadi film atau tidak.

Kebijakan-kebijakan pendanaan ini akan dibahas lebih jauh dalam bagian kedua buku, khususnya yang membahas mengenai produksi.

4. Penghargaan yang diberikan oleh pemerintah

Pemerintah menyelenggarakan penghargaan kepada para pekerja kreatif bidang film melalui pemberian Piala Citra yang diselenggarakan untuk pertamakalinya pada tahun 1955. Ide penyelenggaraan Festival Film Indonesia (FFI) serta pemberian Piala Citra ini datang dari seorang produser film Indonesia yang memiliki ambisi besar untuk memajukan industri film Indonesia, Djamaluddin Malik. Pada tahun 1954, ia memulai ide untuk menyelenggarakan FFI dengan salah satu maksudnya untuk menyeleksi film yang akan menjadi wakil Indonesia dalam ajang Festival Film Asia yang diselenggarakan di Singapura pada bulan Mei 1955 (Ardan, 2004. Hal. 12). Salah satu tujuan yang disebutkan dalam penyelenggaraan FFI dan pemberian hadiah

piala citra itu adalah untuk pendorong perbaikan mutu film Indonesia.

Dorongan untuk meningkatkan kualitas film Indonesia ini menjadi dasar berpikir pemberian Piala Citra dari tahun ke tahun. Sekalipun keputusan dewan juri FFI selalu mendapat kritik dan ketidakpuasan di sana sini, peraih Piala Citra selalu mendapat tempat terhormat dalam perfilman di Indonesia. Karya mereka dianggap sebagai karya bermutu yang mampu meningkatkan standar kualitas film Indonesia dan bisa diedarkan di bioskop-bioskop kelas A di kota-kota besar.

Namun keadaan berubah total ketika film *Ekskul* (Sutradara Nayato Fio Nuala, 2006) dimenangkan sebagai film terbaik pada Festival Film Indonesia tahun 2006. Seperti disebutkan di atas, film itu dituding telah menggunakan secara tidak sah ilustrasi musik film lain. Hal ini menyebabkan protes berkepanjangan para pembuat film yang menggabungkan diri ke dalam Masyarakat Film Indonesia, dan berbuah pada sebuah gerakan moral untuk menuntut terjadinya reformasi perfilman Indonesia.

Kemenangan film *Ekskul* menandai menangnya pragmatisme dalam pembuatan film di Indonesia[45]. Pragmatisme ini bermuara pada kecenderungan untuk mencari jalan pintas dalam berproduksi dan akhirnya menghasilkan estetika yang superfisial. Ketimbang bersusah payah membangun dramaturgi melalui cerita, film seperti *Ekskul* membangun drama lewat teknik-teknik yang mengeksplorasi ketegangan yang dibangun lewat teknik kamera dan editing serba cepat. Maka dari itu, kemenangan *Ekskul* sebagai film terbaik ini dianggap sebagai sebuah endorsement terhadap jalan pintas, baik dalam sisi produksi (dengan cara mengambil musik tanpa ijin) maupun dalam cara bercerita (dengan mengandalkan pada perbedaan kecepatan putaran frame film dan editing ketimbang mengembangkan cerita yang dramatis).

[45] "Film Indonesia antara Yang Politik dan Yang Estetik" dalam Eric Sasono, *Kandang dan Gelanggang, Sinema Asia Tenggara Kontemporer,* Jakarta: Yayasan Kalam, 2007

Kemenangan *Ekskul* ini kemudian dicabut oleh Badan Pertimbangan Perfilman Nasional (BP2N) ketika lembaga ini dipimpin oleh Dedi Mizwar. Sekalipun demikian, kredibilitas FFI dan Piala Citra sudah runtuh dan tidak pernah lagi mendapat perhatian besar dari para pembuat film, terutama yang pernah memimpin Masyarakat Film Indonesia. Sejak tahun 2007, beberapa pembuat film ternama seperti Riri Riza, Mira Lesmana dan Nia Dinata tidak pernah lagi menyertakan film-film yang mereka produksi untuk ikut serta berkompetisi di dalam FFI untuk memperebutkan Piala Citra.

Kredibilitas Piala Citra semakin merosot ketika pada tahun 2010 melakukan pre seleksi yang tidak memasukkan film *Sang Pencerah* (sutradara Hanung Bramantyo, 2010) ke dalam daftar unggulan (*short list*) dari komite seleksi, padahal film itu dipuji-puji oleh banyak kritikus ketika itu. Alasan resmi yang diungkapkan oleh ketua penjurian FFI pada waktu itu adalah lemahnya akurasi sejarah film *Sang Pencerah* yang membuatnya tak pantas dikompetisikan bersama film-film unggulan lainnya. Argumen ini segera mendapat cemoohan[46] dan Piala Citra terus tergerus kredibilitasnya oleh keputusan-keputusan yang dianggap keliru ini.

Maka jika dilihat dari tujuannya sebagai sebuah alat untuk mendorong terciptanya film-film yang berkualitas, maka penghargaan Piala Citra sudah jauh berkurang kemampuannya. Para pembuat film muda sudah tidak termotivasi oleh usaha untuk mendapatkan Piala Citra karena citra piala tersebut sudah tercoreng oleh berbagai soal. Pembuat film seperti Mira Lesmana Riri Riza yang film-filmnya laris serta banyak dipuji oleh kritikus, bahkan enggan apabila karya mereka dikait-kaitkan dengan Piala Citra[47].

46 Lihat misalnya www.filmindonesia.or.id
47 Seperti pernah di-tweet oleh Riri Riza melalui akun twitternya @rizariri.

5. Festival film yang disponsori oleh pemerintah

Pemerintah sejak tahun 1955 sudah menyelenggarakan Festival Film Indonesia, sekalipun penyelenggaraannya diberikan kepada kalangan industri film sendiri. Festival Film Indonesia diawali sebagai sebuah upaya untuk menjadikan "film Indonesia sebagai tuan rumah di negeri sendiri". Idiom ini dinyatakan oleh produser film Djamaluddin Malik ketika mengomentari tujuan penyelenggaraan FFI. Pada waktu itu, Djamaluddin Malik merasa bahwa film Indonesia terjepit di atas bawah, dimana di atas dijepit oleh film-film Hollywood, sedangkan di kelas bawah dilindas oleh film-film India, Malaya dan Filipina[48].

Festival Film Indonesia memang berangkat dari niatan promotif yang bertujuan ke dua arah yaitu untuk meningkatkan standar film Indonesia dengan penganugerahan Piala Citra sekaligus mempopulerkan film Indonesia kepada penonton Indonesia sendiri dengan berbagai rangkaian kegiatan yang mengiringi FFI. Kegiatan-kegiatan lain itu ditujukan untuk, dalam bahasa penggagas FFI Djamaluddin Malik, untuk membikin penonton menjadi "*film-minded*" dengan film Indonesia sendiri (Ardan, 2004).

Dengan gagasan untuk membuat penonton menjadi penggemar film Indonesia, maka FFI diselenggarakan di luar kota Jakarta dengan rangkaian acara berbeda dari tahun ke tahun seperti misalnya pameran sejarah film Indonesia, pemutaran khusus film-film Indonesia di bioskop kelas A, hingga acara yang paling dianggap menarik adalah pawai artis (Ardan, 2004) atau kunjungan artis-artis ke panti asuhan dan panti jompo.

Penyelenggaraan FFI pada masa Orde Baru ini tak terlepas dari berbagai kritik, yang umumnya berpusar pada dua hal: penilaian penganugerahan Piala Citra yang terus dipertanyakan kredibilitasnya, serta penyelenggaraannya sendiri (Amura, 1989). Sekalipun demikian, FFI bisa dianggap sebagai sebuah

[48] "Tuan Rumah di Kelas Bawah" wawancara Salim Said oleh Farid Gaban, 1978, dimuat kembali di *Pantulan Layar Putih*.

pesta, dimana masyarakat dilibatkan dalam acara-acara pesta di dalamnya. Satu hal terpenting, seperti misalnya dalam penyelenggaraan FFI di Medan pada tahun 1975, adalah pemutaran film-film Indonesia di 8 bioskop utama kota Medan. Pada saat pemutaran itu dilakukan, Walikota Medan juga melarang pemutaran film-film India dan Mandarin selama pekan film Indonesia itu berlangsung. Waktu pemutaran juga dilakukan dengan seluas-luasnya sehingga mencapai waktu pemutaran tengah malam[49]. Upaya-upaya untuk menggairahkan perfilman Indonesia biasanya dilakukan beriringan dengan penyelenggaraan Festival Film Indonesia.

Penyelenggaraan FFI terhenti pada tahun 1992 disebabkan oleh sedikitnya produksi film Indonesia pada tahun ini. Mengingat bahwa kompetisi film Indonesia menjadi sajian utama penyelenggaraan FFI, maka penyelenggaraan FFI pada tahun itu ditiadakan. Ketiadaan festival ini berlangsung cukup lama, hingga tahun 2003. Pada tahun 2004, FFI kembali diadakan, dengan memangkas aspek festivalnya dan tetap mempertahankan malam penganugerahan Piala Citra sebagai sajian utama festival tersebut. Dalam penyelenggaraan berikutnya, FFI masih berlangsung di Jakarta dengan pusat kegiatan terbatas pada penganugerahan Piala Citra. FFI memang masih menyelenggarakan kegiatan-kegiatan lain semisal pameran dan diskusi mengenai film, tetapi pemutaran film sebagai intisari penyelenggaraan festival film ditiadakan, kecuali pada FFI tahun 2008 yang diselenggarakan di Riau.

Maka ketika FFI digugat oleh para pembuat film dari generasi muda akibat memenangkan film *Ekskul*, kredibilitas penyelenggaraan FFI benar-benar jatuh. Terlebih lagi, generasi muda pembuat film sudah sempat mengisi kekosongan FFI dengan menyelenggarakan Jakarta International Film Festival atau Jiffest sejak tahun 1999. Jiffest merupakan sebuah festival film yang memutar film-film internasional yang biasanya tidak diputar di bioskop-bioskop komersial di Indonesia.

[49] Amura hal .48. Sekalipun sudah ada promosi besar dan perlindungan dari persaingan, jumlah penonton tak seperti yang diharapkan, antara lain karena persaingan dengan kegiatan lain dan mahalnya harga tiket bioskop.

Bertentangan dengan karakter FFI yang ingin menjadikan film Indonesia sebagai "tuan rumah di negeri sendiri", Jiffest justru memberi tempat bagi film-film asing non Hollywood dalam pemutaran-pemutaran khusus guna menciptakan sebuah wadah apresiasi baru bagi penonton film di Indonesia. Terbukti dalam jangka yang lebih panjang, Jiffest berhasil menciptakan banyak gelombang pembaharuan dalam perfilman di Indonesia, termasuk memunculkan bakat-bakat baru dan menciptakan jenis penonton baru dan mengakibatkan banyaknya permintaan terhadap berbagai jenis festival film di Indonesia[50].

Dengan diselenggarakannya Jiffest sejak tahun 1999, maka FFI kembali ke hadapan masyarakat Indonesia sesudah penonton film memahami penyelenggaraan festival film internasional berdasarkan referensi mereka peroleh dari Jiffest serta sumber-sumber lainnya. Informasi mengenai berbagai festival dan penyelenggaraan malam penganugerahan seperti Piala Oscar juga sudah menjadi pengetahuan banyak orang, dan tidak terbatas pada para pelaku bisnis perfilman saja. Maka FFI ketika kembali pada tahun 2004 ia menjadi sebuah kegiatan yang cenderung terpisah dari mayoritas pemangku kepentingan perfilman. Lokasi penyelenggaraan di Jakarta juga tidak lagi menarik perhatian masyarakat karena minimnya keramaian yang ditimbulkan oleh FFI karena penyelenggaraannya yang terbatas dalam rentang waktu kegiatan maupun lokasi kegiatan. Ditambah dengan pemboikotan FFI oleh para pembuat film sejak tahun 2007 menjadikan festival ini kehilangan makna pentingnya seperti yang pernah dimilikinya pada dekade 1980-an.

Salah satu kritik esensial dari FFI ini adalah ketidakjelasan definisi penyelenggaraan yang sesungguhnya hanya menyisakan aspek malam penghargaan dari kegiatan tersebut. Nama festival sulit dipertahankan karena karakter kegiatan yang tidak lagi memiliki kemeriahan sebuah festival, sebuah pesta. Malam penganugerahan Piala Citra lebih mirip dengan malam

[50] Presentasi Jiffes menyebut nama-nama seperti Teddy Soeriaatmadja, Salman Aristo, Wahyu Aditya mendapat pelatihan dan kesempatan di Jiffest.

penganugerahan Piala Oscar yang diselenggarakan oleh para pekerja film di Amerika yang tergabung dalam *Association of Motion Pictures Art and Sciences* (AMPAS). Karakter festival seperti yang ditandai dengan pemutaran-pemutaran film dan rangkaian kegiatan yang mengiringinya sudah sama sekali tak ada. Seperti diperlihatkan dalam tabel di bawah ini.

Tabel 10

PERBANDINGAN PENGANUGERAHAN FFI DENGAN PIALA OSCAR DAN FESTIVAL FILM CANNES

	FFI	Academy Awards	Cannes
Nama Piala	Piala Citra (untuk seluruh kategori)	Piala Oscar (untuk seluruh kategori)	Palem Emas (untuk film terbaik saja) dan beberapa piala dan penghargaan lain untuk berbagai kategori lain
Mekanisme pendaftaran film yang dinilai untuk diberi anugrah	Peserta harus mendaftarkan film mereka tapi tak ada acara khusus pemutaran film yang didaftarkan. Hanya pemutaran bagi komite seleksi dan dewan juri.	Berlaku untuk seluruh film yang diputar di Los Angeles County selama sedikitnya tujuh hari berturut-turut pada periode waktu 1 Januari sampai 31 Desember setiap tahunnya	Film didaftarkan oleh pembuat film, diseleksi dan diputar dalam seksi kompetisi festival ini. Bisa disaksikan oleh umum

	FFI	Academy Awards	Cannes
Mekanisme penilaian	Pra nominasi: penyeleksian film unggulan oleh komite seleksi untuk mencari film yang bisa dinominasikan Nominasi yang diambil hanya dari film-film unggulan Rapat juri Pengumuman pemenang	Pra nominasi: penyeleksian unggulan oleh gilda, serikat pekerja dan asosiasi pekerja film Nominasi Pengambilan suara anggota AMPAS Pengumuman pemenang	Pendaftaran film, diseleksi oleh komite seleksi Pengumuman film yang masuk kompetisi dan yang tidak; Seluruh film yang lolos seleksi diputar dan juri menilai pada masa pemutaran itu Pengumuman pemenang

Sumber: Sasono, 2007.

Maka Festival Film Indonesia yang sebenarnya merupakan kebijakan budaya yang promotif terhadap film Indonesia, mengalami degradasi menjadi penyelenggaraan yang tidak hanya terpisah dari kalangan non-film, tetapi bahkan mengasingkan para pekerja film sendiri.

6. Keharusan sulih suara ke bahasa nasional (*dubbing*)

Sulih suara atau *dubbing* selalu menjadi persoalan bagi film Hollywood yang melihat bahwa penonton di Amerika tidak menyukai keberadaan *subtitle* dalam film-film mereka. Maka keinginan industri film Amerika untuk membuat sulih suara dengan bahasa asli bagi film-film mereka yang beredar di suatu negara dianggap dapat memperlancar penerimaan penonton terhadap film-film mereka.

Pada perundingan yang dilakukan di tahun 1991 antara pemerintah Republik Indonesia, ketika itu diwakili Menteri Perdagangan Arifin Siregar, perwakilan dagang Amerika Serikat atau USTR meminta agar film-film yang diimpor oleh importir Indonesia disulih suara ke dalam bahasa Indonesia agar penerimaan bisa lebih luas. Jawaban dari pihak Indonesia ketika itu adalah membolehkan sulih suara untuk film anak-anak, dan belum untuk film dewasa[51].

Ketentuan mengenai sulih suara film asing ke film Bahasa Indonesia menurut UU Film tahun 2009 justru mengalami pembatasan yang ketat. UU Film melarang sama sekali sulih suara ke Bahasa Indonesia untuk film-film impor, kecuali film impor untuk kepentingan pendidikan dan penelitian. Maka bisa dikatakan bahwa kebijakan pemerintah dalam bidang sulih suara sama sekali tidak mendukung terciptanya arus masuk film asing dengan bebas, malah sesungguhnya bertentangan sama sekali, yaitu menghalangi sulih suara untuk menghambat penerimaan film asing di Indonesia.

7. Sekolah film yang didirikan oleh pemerintah

Kebijakan promotif terakhir adalah sekolah film yang didanai oleh pemerintah. Sekolah film yang didanai oleh pemerintah diasumsikan untuk menjadi sumber utama rekruitmen pembuat film bagi negara tersebut. Pendidikan di dalamnya juga diharapkan membuat mereka mampu membawa nilai-nilai budaya yang bisa dipertahankan dalam film-film yang akan mereka buat ketika lulus kelak.

Institusi pendidikan perfilman mempunyai sejarah yang panjang. Budi Setiyono di Majalah Historia mencatat bahwa Pemerintah RI di Yogyakarta adalah pemrakarsa pertama sekolah film di Indonesia:

[51] *Indonesia Conditions for Market Access for Films and Videos, The United State Representative*, April 19,1992

Pada Juli 1948, sebuah konferensi pers digelar Kementerian Penerangan di Yogyakarta, pusat pemerintahan Republik ketika agresi militer II Belanda. Isinya, Kementerian Penerangan akan membuka sekolah film dan teater, Cine Drama Institute, di Manduretna, Notoprajan, Yogyakarta. Tujuan pendirian sekolah film modern itu adalah mendidik seniman Indonesia dengan teori dan praktik.

"Cine Drama Institute itu sifatnya dapat disamakan dengan Hollywood's Quarterly atau Course Dunham School of Drama and Theatre di Amerika dan Soviet Film Academy di Rusia," ujar Iskak, kepala bagian Film dan Sandiwara di Kementerian Penerangan, sebagaimana ditulis Pramoedya Ananta Toer dalam *Kronik Revolusi*.

Huyung, yang karena pengalamannya diangkat menjadi pegawai bagian Film dan Sandiwara di Kementerian Penerangan, mengatakan bahwa institut ini akan mengajarkan teknik film, teknik drama, *pressphoto*, musik, tari, ilmu kesusastraan, kesenian, serta bahasa Indonesia dan Inggris. (Setiyono: 2009)[52]

Huyung adalah sosok paling berjasa dalam hal ini. Dalam periode Yogya itu, ia sering memberikan ceramah tentang drama dan film. Salah satu pesertanya adalah Usmar Ismail. Awalnya adalah pembentukan *Cine Drama Institute*, instutisi yang menerima lulusan Sekolah Menengah Tinggi (SMT) atau yang sederajat dan pegawai film yang sudah berpengalaman. Lama pendidikan: 1,5 tahun, dan. Pemimpin umum sekolahnya adalah Mr Sujarwo, Iskak dan Huyung. Pengajarnya adalah beberapa toko pergerakan, seperti Drs Sigit, Ki Hajar Dewantara, Armijn Pane, Drs. Sumaji, dan Intojo. Dari sini lahirlah sineas Soemardjono. Karena konflik dengan sesama pendiri, Huyung pun setahun kemudian mendirikan *Stichting* Hiburan Mataram, dengan R.M. Darjono dan R.M. Harjoto sebagai pucuk pimpinannya. Dari sini, lahirlah Kino Drama Atelier (KDA)[53].

[52] Silahkan periksa: http://www.majalah-historia.com/majalah/historia/berita-214-guru-para-sineas.html. diakses 27 Juni 2011.
[53] Cek: http://www.majalah-historia.com/majalah/historia/berita-214-guru-para-sineas.html. diakses 27 Juni 2011.

Pada 1955, di Jakarta berdiri ATNI (Akademi Teater Nasional Indonesia) yang dipelopori oleh Usmar Ismail, Asrul Sani, dan D Djajakusuma. Sineas besar yang lahir dari sini adalah Soekarno M.Noer, Teguh Karya, Wahyu Sihombing dan N Riantiarno. Pada 5 Mei 1955 muncullah ASDRAFI (Akademi Seni Drama dan Film) di Yogyakarta yang didirikan oleh Sri Murtono. Ini adalah sekolah yang dirintis sejak 1951, dengan nama Sekolah Seni Drama dan Film Indonesia (SSDRAF) di bawah naungan Institut Budaya Indonesia[54]. Lembaga ini melahirkan sosok seperti Putu Wijaya, Maruli Sitompul, Mein Brojo, dan Abdul Kadir.

Sedangkan Institut Kesenian Jakarta (IKJ[55]) berdiri pertama kali atas nama Lembaga Kesenian Jakarta dimulai dengan inisiatif Pemerintah Daerah Ibukota Jakarta ketika berada di bawah pimpinan Gubernur Ali Sadikin. Pada tahun 1968, Gubernur Ali Sadikin ketika itu didekati oleh sekelompok seniman yang tinggal di Jakarta. Mereka mengusulkan agar Pemda DKI menyediakan pusat kesenian Jakarta. Lalu Gubernur DKI menyediakan sebidang tanah seluas 8,5 hektar di bekas kebun binatang di kawasan Cikini. Menyusul pendirian pusat kesenian tersebut, didirikan pula Lembaga Pendidikan Kesenian Jakarta atau LPKJ. Pada tahun 1970, LPKJ mulai berdiri dan beroperasi, sedangkan peresmian kampus ini dilakukan pada tanggal 25 November 1976 oleh Presiden Soeharto. Ketika itu, Gubernur Ali Sadikin menyatakan bahwa biaya yang dihabiskan untuk mendirikan pusat kesenian beserta sekolah LPKJ itu sebesar Rp2,5 milyar, yang sumbernya ia katakan dari "pemerasan" terhadap orang-orang kaya di Jakarta, termasuk uang dari perjudian[56].

Sejak didirikannya, LPKJ telah memiliki 5 akademi yaitu akademi tari, teater, musik, seni rupa dan sinematografi. Menurut Ali Sadikin, kelima akademi ini merupakan usulan dari para seniman yang tergabung dalam Dewan Kesenian Jakarta, sebuah dewan kesenian yang juga dibantu pendiriannya oleh Ali Sadikin.

---

[54] Silahkan cek http://indrakula.blog.friendster.com/2006/06/asdrafi/ diakses 27 Juni 2011.
[55] Laman resminya: http://www.fftv.ikj.ac.id/
[56] Ramadhan, KH. *Bang Ali Demi Jakarta 1966 – 1977*, Sinar Harapan. Hal. 183.

LPKJ, oleh para pendirinya dimulai sebagai sebuah proyek yang pengelolaannya dilakukan seperti sanggar[57]. Para pendiri, pengelola dan pengajar LPKJ awalnya merupakan seniman yang berlatar belakang otodidak atau pernah mengikuti pelatihan dibidang seni di studio-studio seni di dunia, antara lain; Santiniketan (India), studio-studio film di Hollywood, hingga ada juga yang mengikuti pendidikan formal dalam jangka pendek seperti di Rusia, di Perancis, di Belanda dan Jerman serta ada juga yang di Hawai serta di Amerika dan Eropa Timur.

Pendidikan seperti sanggar masih terus dirasakan setidak-tidaknya hingga tahun 1981-an, ketika Pemerintah RI berdasarkan Surat Keputusan Menteri Pendidikan mengubah Lembaga Pendidikan agar menjadi pendidikan formal berupa Institut. Seiring dengan itu, LPKJ yang kepemilikannya tetap berada dibawah DKI berubah menjadi Institut Kesenian Jakarta (IKJ).

Akademi Sinematografi awalnya digabung dengan Akademi Seni Rupa karena dianggap satu akar dalam seni visual (Visual Art), sehingga disatuatapkan menjadi sebuah Fakultas Seni Rupa dan Desain. Akademi menjadi Jurusan dan Jurusan Film menjadi bagian dari Fakultas Seni Rupa. Akademi Seni Tari, Seni Teater dan Seni Musik digabung dalam satu Fakultas, karena dianggap dalam rumpun seni pertunjukan, dan dimasukkan dalam Fakultas Seni Pertunjukan.

Seiring dengan kebutuhan dan perkembangan zaman, Fakultas Seni Rupa dan Disain pun berkembang. Jurusan Film yang semula satu atap dengan Fakultas Seni Rupa dan Disain berpisah, kemudian menjelma menjadi Fakultas Film dan Televisi (FFTV). FFTV pun kemudian berkembang, membuka Jurusan Fotografi dan terakhir membuka Jurusan Kajian Media yang dulu pernah bernama Jurusan Filmologi.

[57] Bagian ini diambil dari pengantar Gatot Prakosa untuk Fakultas Film dan Televisi (FFTV) IKJ yang bisa dilihat di http://www.fftv.ikj.ac.id/id/9/tentang-kami/

Pada awal tahun 1990-an FFTV-IKJ masuk menjadi anggota *Cilect* (asosiasi sekolah film dan televisi Internasional) dan hingga kini masih terus menjadi satu-satunya sekolah film di Indonesia yang tergabung dalam *Cilect*.

Dalam berbagai kesempatan, IKJ mendaku sudah menyumbangkan tenaga cukup besar dalam industri audio visual di Indonesia. Misalnya dalam pidato akademik yang disampaikan salah seorang alumninya yang menjadi wartawan, kritikus dan sutradara film, Marseli Sumarno[58], pendidikan film di IKJ sampai tahun 1993 menghasilkan 300 orang lulusan, jumlah ini hampir sepertiga jumlah keseluruhan karyawan film yang tergabung dalam organisasi Karyawan Film dan Televisi, organisasi tunggal wadah para pekerja film pada masa Orde Baru.

Dalam website resmi FFTV IKJ[59], disebutkan bahwa FFTV telah melahirkan lebih dari 800-an alumni D - 3 dan S - 1 yang tersebar menjadi kreator mandiri atau berkreasi di Rumah Produksi, Stasiun TV, Media Cetak, dan alumni IKJ telah memenangkan berbagai festival film di dalam dan luar negeri seperti Festival Film Indonesia (FFI), Festival sinetron Indonesia (FSI), Festival Film dan Televisi Internasional.

Keberadaan IKJ sebagai sekolah film pertama di Indonesia telah mencatat sikap promotif pemerintah Indonesia, sekalipun inisiatif pendiriannya tidak datang dari pemerintah pusat[60] melainkan justru dari pemerintah daerah DKI Jakarta. Dalam perjalanannya IKJ memang menyumbangkan tenaga yang mengisi posisi penting dalam perfilman Indonesia. Namun apakah IKJ tetap menjadi lembaga pendidikan film yang paling banyak diserap oleh industri dan menyumbang terbesar sesudah hambatan-hambatan insitusional seperti *entry barrier* oleh asosiasi pekerja film tidak berlaku lagi?

---

[58] "Perguruan Tinggi Kesenian, Terobosan Budaya dan Mata Air" pidato akademik yang disampaikan pada Hari Wisuda ke-9 IKJ tanggal 13 September 1993, dimuat kembali sebagai "Perguruan Tinggi Kesenian dan Terobosan Budaya Film" yang dimuat dalam Marselli Sumarno, *Suatu Sketsa Perfilman Indonesia*, Lembaga Studi Film bekerjasama dengan Pemuda Panca Marga, 1994.

[59] http://www.fftv.ikj.ac.id/id/16/alumni/

[60] Lihat Ali Sadikin di op.cit.

Apa dan Siapa Sutradara 1998-2009

Kami mencatat ada 184 sutradara yang membuat film dalam kurun waktu 1998-2009. Sembilan belas di antaranya, atau hanya 10 %, adalah perempuan. Dan sekitar 23 sutradara hanya (atau baru) membuat 1 film, dan tentunya akan menjadi subyek penelitian menarik untuk mengetahui sebabnya. Sekitar 12% atau 22 sineas sudah pernah membuat film sebelum 1998.

Tabel 11

DAFTAR SUTRADARA PEREMPUAN 1998-2011

No	Nama
1	Nia Dinata
2	Marianne Rumantir
3	Sekar Ayu Asmara
4	Upi
5	Nucke Rachma
6	Lasja Fauzia
7	Sammaria Simanjutak
8	Ratna Sarumpaet
9	Dian W. Sasmita
10	Viva Westi
11	Lola Amaria
12	Nan Achnas
13	Djenar Maesa Ayu
14	Mouly Surya
15	Rayya Makarim
16	Wendy Widasari
17	Cassandra Massardi
18	Rima Melati
19	Kamila Andini
20	Arie Aziz

Sumber: Tim Rumah Film

Setidaknya, sekitar 52 orang dari 184 sutradara itu langsung bekerja di dunia perfilman. Yang terbanyak, 22 orang, merintis dengan menjadi aktor. Bidang kedua terbanyak adalah sinematografi dan penulis skenario, masing-masing 6 orang. Dan 48 orang karirnya berasal dari dunia non-film, diantaranya

sebagai *show manager night club*, jurnalis TV dan radio, pembuat iklan dan sinetron, pembuat musik video, penjaga toko musik, bintang iklan, *copywriter*, kritikus film, dan staf HRD.

Sejumlah 45 orang sutradara pasca-1998 memilih jurusan film, sedangkan 36 di antaranya berasal dari sekolah non-film (di antaranya fakultas ushuluddin, ekonomi, psikologi, hukum, teknik, dan komunikasi. Sedangkan 11 orang lulusan dari keduanya, sekolah film dan non-film.

Pendidikan Film

Bagaimana asal muasal pendidikan para sutradara film Indonesia itu? Darimana mereka memperoleh pengetahuan dan keterampilan produksi film? Apakah lewat jalur pendidikan formal, kursus, atau workshop? Bagaimana kondisi sekolah film di Indonesia?

Dalam tulisan ini, yang disebut dengan sekolah film adalah setiap lembaga pendidikan yang mengajarkan kemampuan untuk memproduksi film dengan segala tingkatan: sarjana (S1), D3, kursus, dan workshop. Berikut ruang lingkupnya:

a. Sekolah film "murni". Yaitu lembaga pendidikan yang mengajarkan produksi (dan kajian) film, baik S1 atau D3, yang fokus hanya pada film saja dan tidak bercampur dengan ilmu lainnya, seperti periklanan atau desain grafis. Misalnya, Fakultas Film dan Televisi Institut Kesenian Jakarta. Biasanya, masa pendidikannya 4 tahun.

b. Kursus. Lembaga pendidikan yang mengajarkan produksi (dan kajian film) yang umumnya tidak menawarkan gelar sarjana dan berlangsung singkat, maksimum satu tahun.

c. Workshop. Adalah lembaga pendidikan film dengan masa pendidikan umumnya lebih pendek dari kursus. Biasanya pimpinannya adalah sutradara ternama, dan peserta didik mendapatkan ilmu langsung dengan magang di produksi

film sang sutradara. Umumnya, bersifat komunitas, dan peserta didik yang paling berbakat akan diorbitkan menjadi sutradara-sutradara baru.

Sesungguhnya pendidikan film bisa diperoleh dari berbagai cara. Akademis, profesi (magang), otodidak; atau *workshop*, kursus dan sekolah film. Pasca-1998, berbagai macam jalan ini semakin kentara. Sebelum membahas lebih jauh soal ini, perlu dikaji dulu tentang seberapa penting dan besarnya pengaruh pendidikan film bagi SDM, dan juga bagaimana kondisi SDM dan pendidikan film dewasa ini di Indonesia.

Sekolah Film era Reformasi

Nia Dinata termasuk yang peduli tentang pendidikan film di Indonesia[61]. Menurutnya, sekolah film berfungsi sebagai pencarian bakat dalam usaha mengembangkan industri kreatif di Indonesia. Dengan banyaknya sekolah film, maka, salah satunya, akan potensial untuk membuka jalan beragam dalam gaya pembuatan film. Ia membandingkan Korea, dengan 40 juta penduduk mempunyai 4 sekolah film, sedangkan Indonesia yang sekitar 220 juta jiwa hanya punya satu sekolah film. Ia pun menyatakan untuk tidak membangun sekolah film dari nol, tapi cukup membuka jurusan film di berbagai perguruan tinggi—seperti yang dilakukan Universitas Gadjah Mada (Jogja) dan Universitas Airlangga (Surabaya). Sebenarnya, kedua universitas itu sudah punya mata kuliah seputar film dan perfilman, di jurusan Komunikasi.

Tentu saja, IKJ sebagai lembaga pendidikan tertua yang menawarkan gelar S1 (selain D3) menyumbangkan banyak alumni, jebolan, dan mahasiswa ke dalam industri perfilman nasional.

[61] Cek: http://www.kapanlagi.com/showbiz/selebriti/nia-dinata-kebutuhan-sekolah-perfilman-mendesak.html.

Tabel 12

SUTRADARA 1998-2010 LULUSAN/JEBOLAN FFTV IKJ

No.	Nama	Film Layar Lebar Pertama	Keterangan
1	Riri Riza	*Petualangan Sherina* (1999)	S2 ke Royal *Holloway* University of London (2001) jurusan penulisan skenario
2	Garin Nugroho	*Cinta dalam Sepotong Roti* (1990)	Juga S1 dari Fakultas Hukum UI
3	Aria Kusumadewa	*Senyum yang Terampas'* (1990)	
4	Nan Achnas	*Pasir Berbisik* (2000)	S2 University of East Anglia, Inggris (1994-1995), S3 UC Berkeley didanai Fulbright
5	Harry Dagoe Suharyadi	*Pachinko and Everyone's Happy* (2002)	*Fellowship* dari pemerintah Jepang lewat *Japan Foundation* atas rekomendasi *Director's Guild of Japan* dan beasiswa dari *Japanese government for Film Business and Digital Filmmaking Workshop* di Yokohama.
6	Enison Sinaro	*Sebuah Pertanyaan untuk Cinta* (2000)	
7	Cassandra Massardi	*100% Sari* (2003)	
8	Deddy Mizwar	*Kiamat Sudah Dekat* (2003)	Masih bernama LPKJ, jurusan teater, tidak lulus. Juga Sekolah Asisten Apoteker (tidak lulus)
9	Hanung Bramantyo	*Brownies* (2004)	Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia (tidak selesai)
10	Ody C Harahap	*Bangsal 13* (2004)	
11	Findo Purwono	*Buruan Cium Gue* (2004)	
12	Firdausy Omar	*Generasi Biru* (2009, bersama Garin Nugroho dan John De Rantau)	
13	Sam Sarumpaet	*Pacar Pertama* (1986)	ISI- *film art*
14	Robby Ertanto Susdikam	*7 Hati, 7 Cinta, 7 Wanita* (2010)	
15	Yadi Sugandi	*Merah Putih* (2009)	Jurusan sinematografi (2 semester)
16	Ravi Bharwani	*The Rainmaker* (Impian Kemarau) (2004)	

No.	Nama	Film Layar Lebar Pertama	Keterangan
17	John De Rantau	*Mencari Madonna* (2005)	
18	Viva Westi	*Suster N* (Dendam Suster Ngesot) (2007)	Kuliah juga di Public Relations, IISIP
19	Tony Trimarsanto	*Menggiring Angin* (2007)	
20	Atok Suharto	*Putri Duyung* (1985)	Jurusan sinematografi
21	Nurman Hakim	*3 Doa 3 Cinta* (2008)	
22	Edwin	*Babi Buta yang Ingin Terbang* (2008)	Mengikuti workshop di Berlinale Talent Campus (Festival Film Internasional Berlin, Jerman) dan Asian Film Academy (Festival Film Internasional Pusan, Korea Selatan)
23	Rully Manna	*Mas Suka Mas Ukin Aja* (2008)	
24	Indrayanto Kurniawan	*Saus Kacang* (2008)	
25	Benni Setiawan	*Bukan Cinta Biasa* (2009)	
26	Asep Kusdinar	*Dawai 2 Asmara* (2010), bersama Endri Pelita	
27	Nur Hidayat	*Jejak Darah* (2010)	Jurusan tata kamera
28	Anto Tanjung	*Love and Eidelweiss* (2010)	Jurusan sinematografi, juga kursus sinematografi di PPHUI, kursus Television Broadcast (Yogyakarta, 1989-1990) dan NLP (Michael Winter, Bali)
29	Dennis Adhiswara	*Kwaliteit 2* (2003)	Ekstension, setelah dari D3 Broadcast FISIP UI,
30	Hanni Saputra	*Virgin* (Ketika Keperawanan Dipertanyakan) (2004)	Jurusan penyutradaraan
31	Nanang Istiabudi	*Detik Terakhir* (2005)	Jurusan sinematografi
32	Sofyan D. Surza	*Liburan Seruuu...!!* (2008)	

Sumber: Tim Rumah Film

Tetapi, ternyata Fakultas Film dan Televisi Institut Kesenian Jakarta (FFTV IKJ) bukan satu-satunya sekolah film yang menawarkan gelar S1 di Indonesia, seperti yang acap didengar. Ada beberapa sekolah lainnya, seperti Prodi S1 Televisi Dan Film, Jurusan Seni dan Media Rekam Institut Seni Indonesia Surakarta

(berdiri 9 Juli 2003)[62], Fakultas Televisi Dan Film Institut Kesenian Makassar (13 November 2008), dan *Binus School of Film*[63] (20 September 2010). Kampus lain yang menawarkan program studi film adalah Sekolah Tinggi Seni Indonesia Bandung[64] dan ISI Padangpanjang[65]. Tetapi mengapa karya mahasiswanya dan lulusannya tidak begitu terlihat? Apakah karena diserap oleh pasar media lainnya, seperti industri televisi? Perlu ada penelitian lebih lanjut soal ini.

Di samping sekolah "murni"—lembaga pendidikan yang menawarkan kuliah produksi film dan kajian film S1 dan D3 dan tidak dibawah jurusan lain--yang menawarkan gelar sarjana untuk jurusan atau fakultas yang berkaitan langsung dengan film, ada juga berbagai kursus dan workshop perfilman.

Workshop Film

Seiring dengan meningkatnya kuantitas film dalam 5 tahun terakhir, maka para sineas Indonesia—kebanyakan generasi pasca-1998—membuat program workshop[66].Sumbangan workshop sepertinya cukup efektif dan efisien dalam menghasilkan sutradara dan penulis skenario. Salah satu workshop yang pertama di era pasca-1998 adalah Set Film Workshop yang didirikan oleh Garin Nugroho. Melaui SET Film Workshop, beberapa sutradara yang kini aktif dalam membuat film layar lebar dan dokumenter pernah bergabung di sini misalnya Abduh Azis (produser dan sutradara film dokumenter), Riri Riza, Harry 'Dagoe' Suharyadi, Hanung Bramantyo, John De Rantau, Viva Westi, Toni Trimarsanto dan Dirmawan Hatta.

62 Laman resminya: http://www.isi-ska.ac.id/index.php/jurusansenimediarekam
63 Informasinya bisa dicek di: http://www.binus.ac.id/Programs/Undergraduate.Programs.%28International%29/Communication.and. Media.Programs/Film/English
64 Laman resmi: http://www.stsi-bdg.ac.id/ind1/index.php?option=com_content&task=view&id=222&Itemid=195
65 Periksa: http://televisidanfilm.blogspot.com/2011/05/tentang-jurusan-televisi-dan-film.html
66 Fenomena ini dicatat oleh Bobby Batara. Silahkan klik: http://www.21cineplex.com/exclusive/menabur-ilmu-menuai-generasi-baru,27.htm

Selain itu, sutradara sesudah Garin Nugroho juga membuka workshop film. Rudi Soedjarwo membuka Reload Film Center (2006) yang tidak hanya membuat pelatihan, tapi juga magang bagi anak didiknya. Langkah serupa dilakoni pula oleh Hanung Bramantyo lewat Dapur Film Community (2004), Monty Tiwa dengan Moviesta (2007), Nia Dinata dengan Happy Ending Pictures (2008), dan Helfi CH Kardit dengan Timur Merah (2008).

Reload Film Center yang berdiri pada 2006 memfokuskan diri pada praktik *scriptwriting, editing, directing, acting, cinematography* dan *producing*. Gaya yang hampir sama juga terjadi di Moviesta, dan hasilnya adalah tim produksi film *Otomatis Romantis*, dan tim penulis skenario dalam film *Barbi3*. Anak didik Monty Tiwa, antara lain Irvander Tejasukmana, Dias Ardiawan, Otoy Witoyo, dan Indra Zahri. Otoy Witoyo adalah salah satu yang mengasah keterampilan membuat film lewat workshop, dengan cara magang kepada Monty Tiwa. Pada 2007, ia menjadi penata kamera di film *Maaf, Saya Menghamili Istri Anda* (2007) sekaligus *casting director* di *Mengejar Mas Mas* (2007), dan 3 tahun kemudian, ia menyutradarai film pertamanya, *Mafia Insyaf*.

Tabel 13

ASAL PENDIDIKAN FILM NON-FORMAL BEBERAPA SUTRADARA 1998-2009

No	Nama	Film Pertama	Jenis pendidikan film	Pendidikan lainnya
1	Djenar Maesa Ayu	*Mereka Bilang, Saya Monyet!* (2007)	Kursus sinematografi	
2	Otoy Witoyo	*Mafia Insyaf* (2010)	Magang pada Monty Tiwa	
3	Khalid Kashogi	*Gara-gara Bola* (2008) bersama Agasyah Karim,	Workshop di Kalyana Shira	
4	Ivander Tedjasukmana	*XXL: Double Extra Large* (2009)	Magang pada Monty Tiwa	
5	Lakonde	*Janda Kembang* (2009)	Workshop pada Dapur Film Community	

No	Nama	Film Pertama	Jenis pendidikan film	Pendidikan lainnya
6	Wiendy Widasari	*Hantu Biang Kerok* (2009)	Workshop pada Rudi Soedjarwo lewat *Mendadak Dangdut* (2006)	Universitas padjajaran, Jurnalisme 1994.
7	Agasyah Karim	*Gara-gara Bola* (2008) (bersama Khalid Kashogi	Workshop di Kalyana Shira, dengan nama Happy Ending	Universitas Padjajaran
8	FajarBGT	*Best Friend* (2008)	Workshop Dapur Film (Hanung Bramantyo)	IKJ
9	Achiel Nasrun	*Dalam Kabut dan Badai* (1981)	Kursus Elementer Sinematografi	
10	Lukmantoro	*Remang Remang Jakarta* (1981)	Kursus Elementer Sinematografi (1978), Kursus Penulisan Skenario Deppen (1980)	ASDRAFI Yogya,
11	Aditya Gumay	*Tina Toon & Lenong Bocah the Movie* (2004).	Kursus Pendidikan Umum (KPU) Sinematografi	Institut Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (IISIP) Jakarta
12	Edward Pesta Sirait	*Chicha* (1976)	Kino Workshop LPKJ, Diklat Penulisan-Skenario dan Kursus Penyunting Video Yayasan Citra Jakarta.	ATNI 1964-1970), ASRI (Akademi Seni Rupa Indonesia tahun (1970-1971)

Sumber: Tim Rumah Film

Sedangkan Dapur Film Community yang berdiri 204 berawal dari kegiatan informal dan lebih pada *learning and doing*. Misalnya, Fajar BGT pernah magang menjadi pencatat skrip dan asisten editor di film *Brownies*, film yang disutradarai oleh Hanung Bramantyo. Fajar kemudian menyutradarai filmnya sendiri, *Best Friend*, yang merupakan pekerjaan borongan (*outsourcing*) dari MD Pictures.

Sutradara lain yang dihasilkan lewat mekanisme magang di Dapur Film Community dan kemudian menyutradarai film mereka sendiri adaalh Iqbal Rais (*Tarix Jabrix, Si Jago Merah*), Lakonde (*Kembang Desa, SKJ*). Sedangkan Fajar Nugroho juga menjalani mekanisme magang di DFC sekalipun film bioskop

pertamanya yang beredar di bioskop jaringan 21 adalah *Queen Bee* dari Million Pictures yang didirikan oleh pengusaha muda Bernard Subiyakto.

Dapur Film Community kini, memperluas kegiatannya dengan membuka kursus akting bernama DFC Acting Course guna memudahkan mereka dalam menyediakan kebutuhan akan pemain-pemain film.

Agasyah Karim dan Khalid Kashogi, duo sutradara *Gara-Gara Bola*, adalah "lulusan" Happy Ending Pictures. Mereka belajar mulai dari penggodokan skrip, persiapan produksi, pemilihan pemain, produksi, pasca produksi hingga promosi, semua dilakukan atas supervisi Nia Dinata.

Kursus Film

Sedangkan kursus film umumnya melatih keterampilan elemen tertentu dari produksi film. Plotpoint dan Serunya!Screen Writing, misalnya, berfokus pada Skenario. IDS (International Design School) dan Hello:Motion lebih pada animasi dan desain. Sedangkan Citra SDM di Pusat Perfilman Haji Usmar Ismail, barangkali kursus film tertua yang masih bertahan, ke arah sinematografi. Kursus film adalah salah satu bentuk kursus tertua. Edward Pesta Sirait, sutradara senior, adalah hasil dari Kino Workshop LPKJ dan Diklat Penulisan-Skenario dan Kursus Penyunting Video Yayasan Citra Jakarta. Lukmantoro mendapatkan keterampilan di bidang film saat mengikuti Kursus Elementer Sinematografi (1978), Kursus Penulisan Skenario Deppen (1980).

Sedangkan Aditya Gumay, Rima Melati, mendapatkan ilmu di kursus Pendidikan Umum (KPU) Sinematografi, Citra SDM. Beberapa sutradara lainnya yang memperoleh pendidikan film lewat kursus adalah Achiel Nasrun, Lamantoro, KK Deraaj, dan Djenar Maesa Ayu. Yang menarik, Slamet Djarot adalah lulusan Akademi Film Jayabaya, lembaga yang sekarang susah dilacak sejarahnya.

Sejauh riset kami, setidaknya ada 10 lembaga kursus film (3 di antaranya fokus pada animasi) dan 9 workshop (6 di antaranya fokus pada produksi film) di Jakarta.

Lulusan Luar Negeri

Selain pendidikan dalam negeri,tentu saja para sutradara film Indonesia yang membuat filmnya dalam kurun waktu 1998-2009 mendapatkan pendidikan di luar negeri. Tradisi kuliah film di luar negeri sudah ada sejak awal[67], yaitu di masa Usmar Ismail (1953), Djajakusuma (1957, setelah setahun sebelumnya kuliah di University of Washington, jurusan Drama), dan Nyak Abbas Akub yang sekolah di UCLA karena beasiswa Rockefeller. Asrul Sani tahun 1951-1953 belajar di Akademi Seni Drama di Amsterdam, tahun 1955-1956 belajar film di USC (Univ. of Southern California), Amerika. Sedangkan Teguh Karya belajar di East West Centre University of Hawaii (1963). Wim Umboh ikut Penataran Sinematografi di Prancis (1963). Sedangkan Syuman Djaya berpendidikan di Institut Sinematografi Moscow, Rusia (lulus 1965).

Tabel 14

SUTRADARA LULUSAN LUAR NEGERI PRA-1998

No.	Nama	Sekolah	Tahun	Keterangan
1	Usmar Ismail	UCLA	1953	Beasiswa Rockefeller
2	Djajakusuma	UCLA	1957	Setahun sebelumnya sekolah di jurusan Drama, University of Washington; beasiswa Rockefeller
3	Nyak Abbas Akkub	UCLA	n/a	Beasiswa Rockefeller
4	Asrul Sani	Univ. of Southern California (1955-1956)		Sebelumnya di Akademi Seni Drama, Amsterdam (1951-1953)
5	Teguh Karya	East West Centre, University of Hawaii	1963	

[67] Silahkan periksa: http://www.kedaifilmnusantara.com/index.php?option=com_weblinks&view=category&id=2&Itemid=134. Diakses 27 Juni 2011. Lihat juga: http://www.sinematekindonesia.com/index.php/insan_perfilman/listdata.

No.	Nama	Sekolah	Tahun	Keterangan
6	Wim Umboh	Penataran Sinematografi di Prancis	1963	
7	Syuman Djaya	Institut Sinematografi Moscow, Rusia	lulus 1965	

Sumber: Dikumpulkan oleh Tim Rumah Film

Bagaimana dengan para sineas pasca-1998? Tercatat ada 25 orang yang kuliah di luar negeri. Di antaranya, ada 4 orang lulusan New York Film Academy (Asun Mawardi, Timo Tjahjanto, Sthephen Odang, Thomas Nawilis), satu dari New York Digital Film Academy (Allo Geofferani), dan UCLA (Tjandra Warasto). Dan ada 10 sutradara yang kuliah hingga jenjang S2, dan 2 orang yang mengaku meraih gelar doktor (Asun Mawardi, Demian Dematra).

Tabel 15

SUTRADARA LULUSAN LUAR NEGERI 1998-2009

No.	Nama	Film pertama	Pendidikan film non-IKJ	Pendidikan lainnya
1	Rudi Soedjarwo	*Bintang Jatuh* (2000)	Academy of Arts College San Francisco (1996)	San Diego State University (bidang manajemen, 1994)
2	Indra Yudistira Ramadan	*Jakarta Project* (2000)	Sinematografi, produksi TV dan film di Vancouver Film School; Columbia	Academy of TV, Radio and Recording Arts.
3	Dinna Jasanti	*Kembang-Kembang Kertas* (Eros) (2006) bersama Cassius Handoyo dan Susanto Widjaja	University of Technology Sydney [UTS], 2003 - 2005, Class of 2006, Bachelor's Degree, Arts (Media Arts & Production) Insearch Uts,	Diploma bidang komunikasi
4	Nia Dinata	*Ca Bau Kan* (2002)	Kursus di Sekolah Film Program NYU Tisch School of Art, Amerika Serikat (1993)	Mass Communication, College, Elizabethtown, Pennsylvania, Amerika Serikat (1992)

No.	Nama	Film pertama	Pendidikan film non-IKJ	Pendidikan lainnya
5	Putra Arradin	*Pelangi di Atas Prahara* (2003)	Graduate Diploma of Film and Television from Curtin University of Technology, Perth, Australia	Master of Media Management jurusan Political Science (Curtin University of Technology, Perth, Australia); Bachelor of Commerce, jurusan International Marketing (Edith Cowan University, Perth, Australia)
6	Nayato Fio Nuala	*The Soul* (2003)	Akademi Perfilman di Taiwan jurusan Artistik	
7	Asun Mawardi	*Untukmu* (2003)	New York Film Academy, Los Angeles	S3 bisnis adminstrasi.
8	Kimo Stamboel	*Bunian* (2004)	School of Visual Arts, Sydney	
9	Rinaldi Puspoyo	*6:30* (2006)	Academy of Art of San Fransisco	
10	Thomas Nawilis	*Gue Kapok Jatuh Cinta* (bersama Awi Suryadi) (2006)	New York Film Academy, Directing, 1999	
11	Robin Moran	*Maskot* (2006)	London Film School, M.A. in Film-making, London, 2004 Specialization: Directing; training: Montana Edit, Santa Monica, CA, AVID Media Composer, Tom Quick, 1999	B.S. bidang Communication Studies, Boston, MA, 1998 konsentrasi TV and Radio, Organizational Communication
12	Pandu Birantoro	*3 Bersaudara* (2007)	Vancouver Film School School (2007), Entertainment Business Management, Film Production	
13	Susanto Widjaya	*Kidnap* (2005)	Sydney University, 2005. Master of Digital Media, Design Science	Macquarie University; Bachelor of Science in Computing; Insearch Institute of Commerce, 2001, Computing

No.	Nama	Film pertama	Pendidikan film non-IKJ	Pendidikan lainnya
14	Ardy Octaviand	*Coklat Stroberi* (2007)	South Seas Film And Television School (1997)	
15	KK Deraj	*Genderuwo* (2007)	SAS Acting school (Jakarta), W Film school (India)	Kolej Tuanku Ja'far (Malaysia), GMS, Canadian Int School (Bangalore)
16	Stephen Odang	*Enam* (2007)	Directing/Cinematography/ Screenwriting di New York Film Academy, Los Angeles	RMIT University, 2007, Bachelor of Design (Multimedia Systems)
17	Tjandra Warasto	*Anak Ajaib* (2008)	UCLA	Enhaii
18	Mouly Surya	*Fiksi!* (2008)	Bond University (Master of Film & Television • Film and Television) and Swinburne University of Technology (Bachelor of Arts • Media Arts).	
19	Allan Lunardi	*Karma* (2008)	TAFE Perth,	Curtin University
20	Rayya Makarim	*Jermal* (2008) bersama Utawa Tresna dan Ravi Bharwani	Film, di Vassar College, AS	20th Century Literature and Philosophy at Goldsmiths, University of London; United World College of South East Asia
21	Utawa Tresna atau Orlow Seunke	*The Taste of Water* (1982)	Netherlands Film & Television Academy in Amsterdam	
22	Mirwan Suwarso	*Susahnya Jadi Perawan* (2008)	United World College of South East Asia; Purdue University	
23	Allo Geaffary	*Anak Setan* (2009)	New York Digital Film Academy	
24	Henry Riadi	*Sepuluh* (2009)	Cinema and Media Arts, Biola University, California	
25	Paul Agusta	*Kado Hari Jadi* (2008)	Arizona State University Film & Media Studies Scottsdale Community College School year 2001 • Film Production	
26	Lucky Kuswandi	*Madame X* (2010)	Art Center College of Design, Pasadena, California	

Sumber: Dikumpulkan oleh Tim Rumah Film

Sutradara dengan Pendidikan Formal Non-Film

Tentu saja pengetahuan dan keterampilan dalam membuat film tidak hanya didapat di lembaga pendidikan yang secara resmi mengajarkan mata kuliah perfilman dan tercantum di kurikulum mereka. Seperti disebut di atas, untuk menjadi sutradara, selain jalur akademis (sekolah film, di samping kursus dan workshop), ada jalur otodidak dan profesi (magang). Aghni Ariatama yang lama aktif di KFT (Karyawan Film dan Televisi) menyatakan ada tiga jalur untuk sertifikasi profesi: akademis, otodidak, dan professional.

Bedanya, di masa Orde Baru, setiap orang yang ingin menjadi sutradara harus melalui beberapa tahap magang. Misalnya, dia harus anggota dari asosiasi pekerja film (KFT), dia harus menjadi asisten sutradara selama tiga kali, dan untuk menjadi asisten sutradara, dia harus bertugas sebagai pencatata skrip selama beberapa kali[68]. Tentu ini untuk kelayakan, sekaligus control bagi penguasa. Setelah reformasi, khususnya setelah *Kuldesak* beredar dengan mengabaikan semua aturan itu, banyak orang ingin menjadi pembuat film, khususnya sutradara. Dan tidak sedikit di antara mereka yang belajar secara otodidak dan tidak punya pendidikan formal atau informal di bidang film.

Walau pun tidak punya latar belakang sekolah film, bukan berarti mereka tidak mempunyai pengetahuan dan keterampilan seputar pembuatan film. Mereka juga mencari sendiri, dengan cara dan disiplin diri masing-masing. Sedangkan jika di sekolah film, semua hal yang dibutuhkan sudah disediakan secara sistematis dan terpadu, dalam bentuk kurikulum dan silabus.

Berikut adalah daftarnya:

[68] Cek: Amir Muhammad, “Lesson From Indonesia”(www.kakiseni.com: January 29, 2002)

Tabel 16

SUTRADARA 1998-2009 DENGAN LATAR PENDIDIKAN FORMAL NON-FILM

No	Nama	Film pertama	Pendidikan formal non-Film
1	Frank Rorimpandey	*Ita si Anak Pungut* (1974)	ATNI
2	Rizal Mantovani	*Jelangkung* (2000, dengan Jose Purnomo)	Jurusan Arsitektur Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan Universitas Trisakti,
3	Dimas Djay	*Tusuk Jelangkung* (2002)	Univ. Trisakti, Fakultas Teknik, Jurusan Arsitektur
4	Candra Endroputro	*Janus: Prajurit Terakhir* (2003)	Desain Grafis ITB
5	Teddy Soeraatmaja	*Culik* (1998)	Jurusan Human *Behavior*, Newport University, London sampai S2
6	Joko Anwar	*Janji Joni* (2005)	ITB, S1 Jurusan Teknik Aeronautika
7	Tengku Firmansyah	*d'Girlz Begins* (2006) bersama Lutfie Abdullah	London Institute of Communication; sekolah penerbangan Phoenix Aviation School di Arizona, Amerika; sekolah penerbangan PLP Curug, Jawa Barat Serikat.
8	Angga Dwimas Sasongko	*Foto, Kotak dan Jendela* (2006)	Ilmu Politik FISIP UI; FISIP UI, Broadcasting Journalism
9	Awi Suryadi	*Gue Kapok Jatuh Cinta* (bersama Thomas Nawilis) (2006)	California Polytechnic State University School year 2000 • Bachelor of Science
10	Richard Oh	*Koper* (2006)	University of Wisconsin, Madison, USA, with a degree in English Literature and Creative Writing
11	Arswendo Atmowiloto	*Anak-anak Borobudur* (2007	IKIP
12	Rako Prijanto	*Ungu Violet* (2005)	Ekonomi Perbankan, STEKPI Jakarta 1996
13	Toto Hoedi	*Film Horor* (2007	Fakultas Ekonomi
14	Adrianto Sinaga	*Hantu* (2007)	Kriya Kayu IKJ
15	Arie Aziz	*Suster Ngesot The Movie* (2007)	Universitas Borobudur
16	Monty Tiwa	*Maaf, Saya Menghamili Istri Anda* (2007)	Kansas University Major in Electronical Engineer 1998-2002
17	Rachmania Arunita	*Lost in Love* (2008)	Sastra Prancis FSUI
18	Sammaria Simanjuntak	*cin(T)a* (2009)	Arsitektur ITB
19	Chaerul Umam	*Tiga Sekawan* (1975)	Fakultas Psikologi UGM (hingga tingkat III)

No	Nama	Film pertama	Pendidikan formal non-Film
20	Charles Ghozali	*Rasa* (2009)	Universitas Tarumanegara, managemen, 1993
21	Andibachtiar Yusuf	*Romeo Juliet* (2009)	FIKOM UNPAD
22	Sujiwo Tejo	*Bahwa Cinta Itu Ada* (2010)	ITB
23	Marianne Rumantir	*Aku, Dia, dan Mereka* (2002)	Sarjana komunikasi dan master bidang periklanan dari RMIT University, Melbourne, Australia
24	Salman Aristo	*Jakarta Maghrib*	FIKOM UNPAD

Sumber: Tim Rumah Film

Penutup

SDM adalah otak di balik kualitas sebuah film, dari segi gagasan dan estetika atau pun bisnis perfilman secara umum. Dan latar belakang pendidikan film punya andil di sini. Mitos bahwa kita kekurangan institusi film ternyata kurang terbukti. Ada setidaknya 5 sekolah film di Indonesia, dan berbagai workshop dan kursus berbagai bidang film. Selain jalur akademis, jalur professional (bermula dari magang) dan otodidak pun menjadi pilihan bagi masuknya pengetahuan dan keterampilan seputar film. Sejarah telah membuktikan banyak tokoh film lahir dari berbagai pintu, tidak hanya dari jalur akademis formal.

Dan pemerintah sudah saatnya lebih memperhatikan soal pendidikan ini, seperti penyelenggaraan belajar mengajar sinematografi. Apalagi UU Film 2009 pasal 73 sudah mengamanatkan Pemerintah dan Pemerintah Daerah untuk "… menyelenggarakan dan/atau memfasilitasi pendidikan dan pelatihan untuk pengembangan kompetensi insan perfilman".

Pendidikan adalah bekal ilmu pengetahuan dan sistematika berpikir logis dan filosofis. Apakah lulusan dalam negri atau luar negeri, S1 atau S3, atau "sekadar" kursus" dan workshop, tentu semua kembali pada filmmakernya apakah mau mengembangkan diri dan bereksplorasi, serta memilih perilaku bisnis tertentu.

Kesimpulan kebijakan ekonomi dan budaya di Indonesia

Maka dengan kembali melihat kepada ukuran yang digunakan oleh Andrew J. Flibbert dalam melihat kebijakan di Indonesia dan kaitannya dengan arus film asing ke Indonesia, maka hal ini akan dibahas dalam tabel-tabel di bawah ini.

Tabel 17

KARAKTER KEBIJAKAN PERDAGANGAN INTERNASIONAL INDONESIA

Bidang Kebijakan	Karakter
Tingkat tarif film impor	Tingkat tarif sempat sangat tinggi dengan ketentuan yang memasukkan komponen royalti ke dalam bea masuk. Namun kebijakan ini telah berubah, dengan nilai Rp20.000 hingga 22.000 per menit film. Sekalipun demikian, tarif bea masuk di Indonesia masih dianggap tertinggi nomer dua di negara-negara ASEAN. Indonesia cenderung protektif.
Kuota impor	Kuota impor pernah dibatasi hingga 40 film per tahun (pada dekade 1980-an), tetapi batasan itu mengundang reaksi keras dari MPEAA (atau MPA kini) sehingga setelah melalui rangkaian perundingan akhirnya dibatalkan. Pada tahun 1999, kuota impor tak ada sama sekali, sampai sekarang. Indonesia cenderung bebas dilihat dari aspek ini.
Pajak impor box office	Pajak impor box office mengikuti pajak penghasilan (PPh) yang didapat dari penjualan tiket, bagi film-film yang menganut sistem bagi hasil. Hingga kini, ketentuan itu masih berlaku.
Subsidi terhadap produk domestik	Subsidi pada produk domestik dilakukan melalui pembebasan bea masuk untuk film Indonesia yang diproses di luar negeri. Pembebasan bea masuk juga diberlakukan bagi impor bahan baku dan peralatan film.

Bidang Kebijakan	Karakter
Ijin impor	Indonesia pernah sangat protektif dengan mengenakan berbagai macam keharusan penyetoran uang dikaitkan dengan ijin impor film. Keberadaan konsorsium, asosiasi dan badan kordinasi juga cenderung menjadi *entry barrier*. Namun sejak 1999 hingga kini, ijin impor menjadi sangat mudah dan bisa dilakukan siapa saja tanpa *entry barrier* sama sekali. Ijin impor di Indonesia bebas sekali saat ini, persoalannya lebih banyak berupa struktur pasar bioskop yang akan menjadi tempat pemutarannya.
Pengendalian mata uang asing	Tahun 1950-an, Indonesia menganut pembatasan devisa, tetapi tak ada reaksi dari pihak distributor film asing di Indonesia. Kini Indonesia menganut devisa bebas, tetapi distributor film asing masing belum berminat melakukan distribusi langsung di Indonesia seperti yang terjadi pada dekade 1950-an.
Perlindungan HAKI	Indonesia memberi perlindungan HAKI yang kuat di atas kertas. Seharusnya dengan demikian, iklim ekonomi Indonesia bisa dikategorikan bebas untuk arus masuk film asing. Namun dengan penegakan hukum yang lemah di lapangan, terbukti bahwa iklim itu tak sepenuhnya tercipta dan kepentingan asing, dalam hal ini Amerika, sangat terganggu karenanya.
Foreign direct investment. Pembukaan perusahaan asing di Indonesia	Film masih termasuk di dalam daftar negatif investasi (DNI) dengan ketentuan pemilikan saham maksimum 49%. Namun ketentuan ini segera direvisi agar kepemilikan saham dalam bidang film mencapai 51%.
Pembatasan kepemilikan asing dalam perusahaan perfilman di Indonesia (dalam bentuk Perusahaan Penanaman Modal Asing)	Sama dengan atas.

Sumber: Tim Rumah Film

Sedangkan untuk karakter kebijakan budaya di Indonesia yang terkait dengan film di Indonesia adalah sebagai berikut:

Tabel 18

KARAKTER KEBIJAKAN BUDAYA DI INDONESIA TERKAIT FILM.[69, 70]

Kebijakan	Karakter
Jatah waktu tayang	Cukup ketat pada dekade 1980-an, terutama dengan SKB 3 Menteri yang mewajibkan kewajiban memutar film Indonesia dan waktu minimum pemutaran. Namun kebijakan ini menghilang pada tahun 1991 seiring dengan tindakan terhadap film *Langitku Rumahku*[69].
Sensor	Film asing memang mengalami sensor lebih ketat ketimbang film nasional. Dalam sensor film nasional, kebijakan yang tak tertulis yang diterapkan adalah pelonggaran terhadap muatan-muatan sex dalam kondisi industri yang tidak tumbuh dengan baik atau jalan di tempat.
Pembiayaan produksi film oleh pemerintah	Pada masa Orde Baru, dana taktis yang dimaksudkan untuk pembiayaan memang diadakan oleh pemerintah dari film impor, tetapi tidak seluruhnya diberikan kepada pembuat film. Pada masa pasca 1998, pembiayaan diambil dari anggaran negara, tetapi baru dilaksanakan pada tahun 2004 dan rencananya 2011. Sedangkan pada 2007, anggaran yang dialokasikan tidak mencukupi, hanya bisa untuk mencetak buku skenario hasil lomba.
Penghargaan (Awards) yang diberikan oleh pemerintah	Pemerintah memberi penghargaan kepada pembuat film untuk merangsang kualitas, tetapi sejak tahun 2007, kredibilitas penghargaan itu sudah jatuh dan sebagian pembuat film tidak lagi ingin diidentifikasi dengan penghargaan tersebut.
Festival film yang disponsori pemerintah	Pada dekade 1980-an, FFI berjalan sebagai festival yang bertujuan mempromosikan film Indonesia. Namun belakangan, FFI kehilangan karakter sebagai festival dan berubah menjadi malam penganugrahan yang kurang mampu melibatkan masyarakat luas.
Keharusan penggunaan bahasa nasional (*dubbing*)	Indonesia tidak menerapkan kebijakan *dubbing* sama sekali. Justru pada UU Film tahun 2009, dubbing terjadap film nasional dilarang demi melindungi industri dalam negeri.

[69] Akan dijelaskan dalam pembahasan mengenai distribusi dan eksebisi.
[70] Lihat pembahasannya dalam sumber daya manusia pada subsektor produksi di bagian kedua buku ini.

Sekolah film negeri	Sekolah film negeri bukan sepenuhnya kebijakan pemerintah, melainkan inisiatif dari pemerintah lokal dan seniman. Dukungan pemerintah terhadap sekolah film negeri tergolong rendah, dan ternyata latar belakangan pendidikan para pembuat film di Indonesia berasal dari sumber yang sangat beragam[70].

Sumber: Tim Rumah Film

BAB III

Dana dan Teknologi: Sisik Melik Produksi Film Indonesia

Subsektor produksi merupakan hulu dari mekanisme pengelolaan rantai pasokan barang dalam industri film. Dalam melihat ketersediaan film mulai dari ide hingga sampai ke penonton, akademisi Finola Kerrigan (*Film Marketing*, 2006) menerapkan pendekatan *supply chain management* atau pengelolaan rangkaian pasokan dalam melihat industri film. Pengertian *supply chain management* ini adalah keterkaitan antara dua atau lebih perusahaan yang mengubah materi dasar film hingga menjadi barang yang siap untuk dikonsumsi. Dalam kaitannya dengan film, Kerrigan mengidentifikasi bahwa materi yang paling awal dari sebuah film adalah ide, yang dikembangkan sedemikian rupa hingga menjadi sebuah film yang bisa ditonton oleh penonton di bioskop maupun outlet lain.

Komponen dalam *supply chain management* ini adalah produksi, distribusi dan eksebisi. Produksi merupakan sebuah proses yang mengubah ide mentah dari para pekerja film hingga menjadi salinan pertama (kopi A) sebuah film. Tahap produksi film dalam kaitannya dalam pembuatan kopi A ini terdiri dari keseluruhan rangkaian aktivitas membuat film, yang biasanya dikenal dengan tahap pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi.

Penelitian ini akan membatasi persoalan produksi pada beberapa hal yang penting yang berkaitan dengan pembentukan pola produksi. Hal-hal tersebut adalah: pendanaan/permodalan

dan teknologi. Keduanya tidak menjadi perhatian besar dalam konteks produksi di Amerika disebabkan oleh mapannya kedua elemen itu dalam produksi. Namun, keduanya hal tersebut sangat sedikit mendapat perhatian, baik dari akademisi, kritikus, maupun jurnalis di Indonesia.

Kedua hal di atas adalah elemen penting yang terkait satu sama lain. Pemakaian teknologi yang kurang tepat akan membuat anggaran membengkak dan kurang memuaskan visi pembuatnya. Dan tanpa dana yang memadai, tentu produksi akan ada dalam keterbatasan. Karena itulah, memahami elemen-elemen dalam pembuatan film ini penting bagi sineas dan juga akademisi, jurnalis, dan kritikus film.

Bicara seputar produksi film berarti juga membahas peran dan jenis para produser film Indonesia. Salim Said pernah membuat dikotomi: ada dua jenis film yang diproduksi di Indonesia. Tipe pertama adalah buatan para pedagang, yang memperlakukan film sebagai barang dagangan semata. Tipe kedua adalah film yang menjadi media untuk berekspresi para seniman[71]. Permasalahannya, sepertinya sekarang bukan lagi bersifat *authorship* atau individual. Mengutip Mira Lesmana, dikotominya bukan lagi tentang film seni lawan film komersial, tapi film bagus atau film jelek. Karena, bisa saja satu film seni dinilai buruk (dalam banyak hal) dan sebuah film komersial dipuji kritikus dan penonton film. Di satu sisi, batasan istilah "seniman" dan "pedagang" film agak abstrak untuk bisa diukur dan dibuktikan, mengingat seorang "seniman" yang idealis juga memikirkan dan berhitung soal bisnis—seperti *Return of Investment* (RoI)-- atau tujuan keuntungan lainnya.

Selain hal di atas, pendekatan dikotomis ini gagal sejak semula karena menempatkan sebagian pembuat film sebagai para pedagang yang "berdosa" karena membuat film untuk mencari keuntungan, sementara di sisi lain terdapat pembuat film yang "mulia" karena tidak bermotivasi mencari keuntungan.

[71] Periksa:http://new.rumahfilm.org/artikel-feature/idealism-versus-commercialism-in-indonesian-cinema-a-neverending-battle1/ diakses 10 Juli 2011

Pendekatan ini menempatkan moral imperatif dalam menilai industri dan dengan sendirinya akan gagal karena sifatnya yang patronistik, mengarahkan pada satu model saja sebagai sebuah model yang ideal dan harus ditiru oleh pembuat film karena "niatnya yang mulia" – sesuatu yang sulit untuk diukur.

Dikotomi "komersialis" dan "idealis" ini juga gagal dalam melihat festival film dan penghargaan sebagai sebuah kemungkinan pasar dalam bentuk yang berbeda. Dalam melihat produksi film yang dihasilkan, sebuah film dihasilkan dengan dua pertimbangan: *marketability* dan *playability* (Kerrigan: 2010, hal.41). *Marketability* merupakan peluang film untuk diterima oleh pasar dan hal ini merupakan ukuran yang dipakai oleh pembuat film dalam melihat sejauh apa film mereka akan diserap oleh pasar yang sudah ada. Sebuah film dipandang *marketable* apabila ia dinilai bisa dijual dengan mudah di pasar. *Marketability* ini berkaitan dengan berbagai hal seperti: cerita yang punya pendekatan yang bisa diterima oleh pasar yang luas (*mass market*), popularitas para pemainnya, sutradara yang mengarahkan atau faktor-faktor lainnya. Film-film yang mengadaptasi novel laris, misalnya, termasuk film dengan marketability yang tinggi mengingat adanya pembaca novel tersebut yang sudah menjadi penonton film potensial. *Marketability* ini yang biasanya dipaparkan dalam kegiatan pemasaran film tersebut.

Playability adalah bagaimana film itu diterima oleh penontonnya. Beberapa film sangat *marketable* dalam arti punya potensi penonton yang luar biasa baik, tetapi ternyata penerimaannya gagal di pasaran. Contoh film seperti ini misalnya adalah film seperti *Kamulah Satu-satunya* (Sutradara Hanung Bramantyo) yang bersandar pada kelompok musik Dewa atau *Baik-baik Sayang* yang bersandar pada kelompok musik Wali, tetapi keduanya relatif gagal di pasaran. Contoh terbaik film yang tak memiliki *playability* tetapi punya *marketability* yang tinggi adalah *Generasi Biru* (sutradara Garin Nugroho, 2009) yang berbasis pada kelompok musik Slank yang sangat populer, tetapi

filmnya tidak *playable* alias "tidak jalan" di penonton akibat pendekatannya yang sangat eksperimental. Maka seorang pembuat film biasanya tak hanya membuat film berdasarkan kecenderungan *gimmick* marketing dan segala *marketability* lain, tetapi juga kemungkinan film itu "jalan" alias diterima oleh penonton.

Kedua aspek inilah yang berlaku pada pasar komersial maupun satu "pasar" lain yang bernama festival film. Seperti yang diungkapkan oleh sutradara Garin Nurgoho dalam melihat produk yang dihasilkannya. Garin Nugroho, sutradara Indonesia yang paling berhasil di berbagai festival film, menyatakan bahwa dirinya acap dicap idealis. Padahal, menurutnya, ia realistis, dalam arti Garin bisa memetakan sumber dana dan berupaya mencari pendonor yang sesuai dengan film yang akan ia produksi. Misalnya, jika hendak bekerja dengan BUMN atau LSM tertentu, maka sebaiknya mengikuti arah isi dan misi BUMN atau LSM tersebut, dan tidak memaksakan kehendak sendiri (misalnya isu kontroversial) yang justru boleh jadi akan menjatuhkan BUMN tersebut.

Dengan kesadaran itu, Garin sejauh ini tidak mencari dana dari Amerika Serikat karena ia dengan sadar memahami bahwa karya-karyanya lebih condong kepada selera (festival dan pendonor) Eropa. Dan ide "*director for hire*", yang biasanya dianggap negatif, bagi Garin bisa menjadi jalan untuk mengekspresikan visinya. Ia menyatakan, jika tidak ada dana dari Panitia 250 Tahun Mozart, tidak mungkin ia menyewa seniman terbaik Indonesia dan produser kelas dunia, dan melahirkan *Opera Jawa*. Selain itu, kemampuan untuk menyampaikan isu yang konsisten juga memperlebar jalan mendapakan dana non-komersial itu.[72]

Maka dengan cara pandang seperti ini, seperti: para pembuat film berjualan produk macam apa, mereka memasarkannya ke mana, dan dari mana sumber dananya. Apakah pola pendanaan mempengaruhi kualitas film? Apakah logika bisnis (misalnya, RoI alias pertanggungjawaban dana kepada para investor)

[72] Wawancara dengan Garin Nugroho, 2011.

mempengaruhi produksi film? Membuat film membutuhkan dana yang tidak sedikit, dan, apapun jenis filmnya, dibutuhkan jaminan untuk laku, atau minimal *break event point* (BEP). *RoI* adalah sesuatu yang wajib dipikirkan bahkan oleh pembuat film yang mengaku dirinya "idealis" sekalipun.

Dengan pendekatan semacam ini, maka sumber pendanaan di luar logika komersil, misalnya dari lembaga donor yang tidak mensyaratkan balik modal atau keuntungan diperhitungkan juga. Dalam tulisan ini, kami menganggap festival film internasional dan penghargaan sebagai bagian dari (pasar). Montal mendefinisikan festival sebagai "sebuah tempat ajeg yang biasanya mengorganisir seputar pemutaran dan penghargaan, didedikasikan untuk "memperkenalkan film-film bergaya tertentu untuk penonton yang membayar". Kata "penonton yang membayar" adalah indikasi bahwa festival film adalah pasar juga (Montal dalam Kerrigan: 2010, hal 164).

Penghargaan dari festival film juga merupakan pasar tersendiri karena akan membuat sineasnya mendapatkan posisi lebih terhormat dan terpercaya di dunia industri kreatif, khususnya perfilman, dan akhirnya akan mempermudah jalan mendapatkan dana dari lembaga donor, lembaga *endowement* film, atau produksi bersama (*co-production*) dengan institusi luar negeri. Untuk konteks ini, semakin bergengsi sebuah festival film dan/ atau penghargaan, maka semakin tinggi pula manfaat dan keuntungan yang akan diperoleh sang pembuat film.

Pendanaan

Pada bagian ini, tulisan berfokus pada pendanaan, khususnya sumber permodalan produksi film. Pembahasan mengenai pendanaan berangkat dari asumsi bahwa permodalan mempengaruhi risiko pembuatan film. Para pembuat film (dimanapun di dunia) mengeluhkan sulitnya pendanaan untuk film mereka dan hal ini menyebabkan terjadinya tekanan-tekanan kepada para pembuat film untuk membuat produk

yang bersifat massal. Pada penanam modal yang mengharap keuntungan besar dan cepat, faktor pendanaan menyebabkan produksi yang mengabaikan kualitas.

Bicara tentang sumber dana, tentu tak lepas dari logika dunia bisnis: laba, balik modal (*break even point, BEP*), mengembalikan dana pinjaman (*RoI*), bahkan risiko rugi. Akademisi Finola Kerrigan, mengutip beberapa akademisi, menyatakan bahwa industri film memang berisiko tinggi, di antaranya adalah ketidakpastikan dari hasil yang didapat, dan karena itu wajar jika para investor atau pendonor mencari jaminan, salah satunya dengan hubungan yang erat dan ajeg antara pendana dengan produser film (Kerrigan: 2010, hal 152).

Sehubungan dengan hal itu, Kerrigan menyatakan bahwa industri film (dan *video games*) punya proses rasionalisasi untuk mengurangi risiko, dan itu bisa berakibat berkurangnya level kreativitas dalam produksi dan distribusi film (Kerrigan: 2010, hal 197). Hal ini mengakibatkan banyak orang enggan untuk mengambil risiko keluar dari film genre dan formulaik yang "aman" dan sudah ajeg. Kerrigan, mengutip Mezias and Mezias (2000), menyatakan ada firma spesialis--yang fokus pada pengembangan inovatif tipe-tipe film—membedakan diri mereka dengan studio besar terkait dengan kebutuhan untuk pengembangkan produk kreatif serta ketidakmampuan mereka untuk bersaing di genre-genre ajeg (Kerrigan: 2010, hal 197). Artinya, sistem produksi yang berbeda berpotensi untuk mengembangkan elemen-elemen yang berbeda satu sama lain. Hal ini akan dibahas lebih lanjut di bawah.

Urusan risiko dan keuntungan di bidang film ini juga berurusan dengan persoalan pajak. Berikut ilustrasi dari Mira Lesmana tentang bagaimana pemotongan pajak membuat film Indonesia beroleh keuntungan sangat kecil dalam peredarannya.

Tabel 19

MODEL PRODUKSI A RUMAH PRODUKSI MILES				
Pendapatan dari Bioskop	25.644.093.020	20%	Pajak tontonan	5.128.818.604
Bagian untuk Miles	10.257.637.208	10%	PPN	1.025.763.721
Hak Siar TV (4 thn)	2.708.000.000	10%	PPN	270.800.000
Hak edar DVD	660.000.000	10%	PPN	66.000.000
Total Pendapatan	**13.625.637.208**	**Pajak pendapatan**		**6.491.382.325**
Tidak ada potongan dari 21		**Pajak bersih**		**7.134.254.883**
		Biaya produksi		4.000.000.000
		Rugi-laba		**3.134.254.883**

Sumber: Sasono dalam *Katalog Film Indonesia* 1926-2007 (JB Kristanto: 2007).

Tabel diatas menggambarkan sebuah film yang meraih keuntungan kotor sekitar Rp 25 milyar akan mendapatkan keuntungan bersih sekitar Rp 7 milyar. Jika produksi film itu menelan biaya Rp 4 milyar, maka keuntungan bersihnya adalah berkisar Rp 3 milyar. Intinya, bisnis film di Indonesia memang menguntungkan, tapi pendapatan RP 25 milyar adalah sebuah kasus luar biasa yang hanya bisa dicapai oleh 1-2 film saja (Sasono dalam Kristanto: 2007).

Tabel di bawah adalah angka keuntungan yang lebih realistis. Jika sebuah film dengan pendapatan kotor Rp 2 milyar dari bioskop, maka keuntungan bersihnya hanya sekisar Rp 1 milyar. dengan biaya produksi Rp 3,5 milyar, maka film itu akan rugi sebesar nyaris Rp 2,5 milyar—bahkan jika kita sudah hitung juga pendapatan sekunder dari hak pemutaran di televisi (2 tahun) dan DVD.

Tabel 20

MODEL PRODUKSI B RUMAH PRODUKSI MILES				
Pendapatan dari Bioskop	2.123.066.283	20%	Pajak tontonan	424.613.257
Bagian untuk Miles	740.689.003	10%	PPN	74.068.900
Hak Siar TV (2 thn)	725.000.000	10%	PPN	72.500.000
Hak edar DVD	250.000.000	10%	PPN	25.000.000

MODEL PRODUKSI B RUMAH PRODUKSI MILES

Total Pendapatan	1.715.689.003	**Pajak pendapatan**	**596.182.157**
Biaya lain2 (dipotong 21)	108.537.508	**Pajak bersih**	**1.119.506.846**
		Biaya produksi	3.5000.000.000
		Rugi-laba	**(2.380.493.154)**

Sumber: Sasono dalam Katalog Film Indonesia 1926-2007

Ternyata, produksi film untuk mencari keuntungan semata tidak sesederhana yang dibayangkan. Dapat disimpulkan, bahwa perputaran uang yang besar dengan risiko tinggi membuat produksi film acap mengorbankan banyak nilai dalam produksi untuk mendapat tingkat efisiensi tinggi (Sasono: 2007).

Pola Pendanaan dan Investasi

Sutradara Rudi Soedjarwo menyatakan bahwa di Indonesia banyak investor potensial, di samping banyak orang kaya yang sadar bahwa dunia film menjanjikan sebagai ladang bisnis. "Tapi mereka bukan di bidang film, jadi mereka ragu-ragu bahkan untuk berpartisipasi Rp 100 juta sekalipun. Karena itulah saya membuat film yang tidak mahal. Ini untuk memastikan mereka bahwa risikonya kecil.dari awal, kita harus hati-hati, karena mereka bisa pergi. Banyak investor yang sudah pergi" (Barker: 2011, hal 244).

Mengenai peran produser film, Mira Lesmana, dalam sebuah wawancara, pernah menyatakan dua jenis produser: Produser dengan dana dan produser tanpa dana. Produser dengan dana umumnya dating dari perusahaan besar yang dipimpin pemain lama, seperti Leo Sutanto (Sinemart), Raam Punjabi, dan Chand Parwez Servia. Mereka memakai dana dari kantong sendiri dan memakai logika bisnis, yang bermuara pada laba, sebagaimana layaknya bisnis. Bahkan tak jarang mereka menyewa sineas dari luar untuk memborong (*outsourcing*)[73] untuk pembuatan film. Produser tanpa dana adalah orang-orang yang menjual idenya kepada para pendana dan "merayu" agar mereka mau mendanai

[73] Istilah Produksi *Outsourcing* dipakai oleh Thomas Barker. Akan dielaborasi dalam subbab berikutnya.

film-film mereka. Dan tentu saja ada yang ditengah-tengah, yaitu para produser yang merogoh koceknya dan patungan dengan beberapa kawan, sebagai modal dasar, untuk kemudian mencari pemodal di luar lingkaran mereka.

Setiap produser juga punya hitung-hitungan bisnisnya sendiri. Shanker misalnya, mengaku dari 10 film yang dibuat dalam setahun, setidaknya ada film yang dibuat dengan idealisme, seperti *Ekskul* (Sutradara Nayato Fio Nuala) dan *Detik Terakhir* (Sutradara Nanang Istiabudi). Contoh kasus lainnya adalah Chand Parvez Servia (PT Kharisma Starvision) yang selalu membiayai sendiri film-filmnya. Dalam merencanakan produksi, ia menargetkan memproduksi 6-7 film dalam setahun, dan ia menyelipkan satu film yang menjadi lokomotif dalam menarik keuntungan. Maka untuk film-film jenis ini, ia menyediakan anggaran yang dianggapnya besar, yaitu di atas Rp5 miliar.

Parvez membagi film menjadi tiga bagian, berdasarkan besar kecilnya budget:

1. Film "murah", dibuat dengan anggaran di bawah Rp 1 Milyar, dan Parvez mengaku tidak pernah membuat film jenis ini;
2. Film biasa, dengan anggaran antara Rp 1,5 – 5 M. Parvez mengaku bahwa mayoritas filmnya berkisar pada anggaran ini;
3. Film istimewa: biaya di atas Rp 5 milyar, dengan promosi besar, dan *treatment* produksi besar. Misalnya *Kabayan*, film pertamanya *Get Married*, *Kabayan Jadi Milyuner* hingga *Love Story*.

Di luar kerangka yang disebutkannya itu, Parvez mempunyai lini khusus berupa lini yang memberi kesempatan pada sineas muda untuk berkarya dengan anggaran kecil, tapi dikerjakan dengan baik. Pengetatan anggaran itu dilakukan dalam hal distribusi saja, yaitu dalam bentuk digital, tanpa pencetakan film seluloid. Dengan demikian, biaya yang dikeluarkan hanya terbatas pada produksi kopi A atau salinan pertama film itu, sehingga anggaran bisa ia tekan. Hal ini berpengaruh pada distribusi, dimana film-

film jenis itu hanya didistribusikan di Blitz Megaplex (yang menerima pemutaran film Indonesia dalam format digital) dan festival. Contoh film yang dikerjakan dengan skema terakhir ini misalnya *Jakarta Maghrib* (sutradara Salman Aristo, 2010) dan *Oh Tidak* (sutradara Upi, 2011).

Di luar pola pendanaan yang dilakukan oleh Parvez ini, bagaimanakah sebuah film mendapatkan dukungan keuangan? Dari mana sajakah sumber dana itu? Dan bagaimana cara mendapatkannya? Apakah skema dan sistemnya sama dengan bisnis biasa?

Secara umum, peta pola pendanaan bisa dibagi menjadi komersial dan non-komersial. Sumber pendanaan komersial bisa berupa film yang disponsori produk tertentu (misalnya produsen sepeda motor Yamaha di *Bebek Belur*), produk-produk yang masuk (*built-in*) ke dalam cerita (Sunsilk untuk *Queen Bee* dan Djarum untuk King dan masih banyak lagi), pendanaan oleh lembaga penyiaran (*Andai Ia Tahu* dan *Bintang Jatuh* oleh Transinema/Trans TV, *Vina Bilang Cinta* oleh RCTI, dan *Issue* oleh MNC group), para investor pribadi/non-perusahaan, dan *co-production* (produksi bersama) dengan perusahaan asing atau *pre-sell* dari distributor internasional, salah satunya lewat berbagai film market di banyak festival film internasional. Pendanaan dari sebuah produk bisa juga tidak untuk produksi film, tapi untuk promosi.

Sedangkan sumber pendanaan non-komersial secara umum bisa didapat dari lembaga donor seperti misalnya film *Perempuan Punya Cerita* (sutradara Nia DInata) yang mendapat dana dari Ford Foundation. Demikian pula dengan *Pertaruhan* (dana dari Ford Foundation), *Aku Ingin Menciummu Sekali Saja* (sutradara Garin Nugroho, mendapat dana dari USAID), *Opera Jawa* (sutradara Garin Nugroho, Panitia Ulangtahun 250 tahun Mozart). Beberapa film mendapat dana dari lembaga *endowment* film: *Babi Buta yang Ingin Terbang*/Hubert Balls Fund), *Impian Kemarau*/Hubert Balls Fund , *3 Doa 3 Cinta*/Goteborg Film Fund atau perseorangan dengan logika pendanaan non-

komersial seperti dalam kasus trilogi *Merah Putih* (Hasyim Djojohadikusumo), *Kantata Takwa* (Setiawan Djody). Alternatif lain, adalah lewat program *Corporate Social Responsibility* (CSR) seperti yang dilakukan Pertamina di film *Laskar Pelangi*. Beberapa film, seperti *Kuldesak, 9808* dan *Belkibolang* adalah dana patungan dari kocek sendiri.

Sumber pendanaan dapat diperoleh dari lembaga pemerintah. Misalnya, institusi yang berkaitan dengan perfilman (kasus *Anne Van Jogja* dan *Panggung Pinggir Kali* dengan Panitia Tetap Film Kompetitif Budpar), dan 100% Sari dengan Kementrian Kebudayaan dan Pariwisata); Quasi-pemerintah (misalnya *Gerbang 13*/Badan Narkotika Nasional, *The Police* dan *Rantai Bumi*). Terakhir, BUMN juga terlibat dalam pendanaan, seperti Pertamina di *Laskar Pelangi* dan *Garuda di Dadaku*.

Tabel 21

POLA PENDANAAN FILM DI INDONESIA

No.	Sumber pendanaan	Jenis pendanaan	Contoh film
1	*Sponsored film*	Komersil	*D'Girlz Begin* (Softex), *Liburan Seru* (Dancow) dan *Bebek Belur* (Yamaha);
2	*Built-in* (pendanaan untuk produksi film)	Komersil	*Queen Bee* (Sunsilk), *King* (Djarum);
3	*Cross-promotion* (pendanaan untuk promosi film)	Komersil	*Gie* (A Mild/ Sampoerna), *Tri Mas Getir* (LA Lights)
4	Pendanaan oleh lembaga penyiaran (TV terestrial)	Komersil	*Andai Ia Tahu dan Bintang Jatuh* (Transinema / Trans TV), *Fantasi* (Indosiar), V*ina Bilang Cinta* (RCTI), *Issue* (MNC, satu kelompok dengan broadcast);
5	Investor pribadi/non perusahaan;	Komersil	Lihat pembahasan di bawah
6	*Co-production* dengan perusahaan asing / *pre-sell* dari distributor internasional	Komersil	Serambi

No.	Sumber pendanaan	Jenis pendanaan	Contoh film
7	Lembaga donor	Non komersil	*Perempuan Punya Cerita* (Ford Foundation), *Pertaruhan* (Ford Foundation), Opera Jawa (Panitia Ulangtahun 250 tahun Mozart);
8	Lembaga *endowment* film:	Non komersil	*Babi Buta yang Ingin Terbang* (Hubert Balls), *Impian Kemarau* (Hubert Ballas), *3 Doa 3 Cinta* (Goteborg Film Fund), *Berbagi Suami* (Hongkong Film Comission);
9	Perseorangan dengan logika pendanaan non-komersial	Non komersil	Trilogi *Merah Putih* (Hasyim Djojohadikusumo), *Kantata Takwa* (Setiawan Djody)
10	*Corporate Social Responsibility*	Non-komersil	*Laskar Pelangi* (Pertamina)
11	Lembaga Pemerintah Bidang film	Lembaga Pemerintah	*Anne Van Jogja* dan *Panggung Pinggir Kali* (Panitia Tetap Film Kompetitif Budpar), *100% Sari* (Kementrian Kebudayaan dan Pariwisata);
12	Quasi-pemerintah:	Lembaga Pemerintah	*Gerbang 13* (Badan Narkotika Nasional), *The Police* (Kepolisian), *Rantai Bumi* (Kepolisian)

Sumber: Tim Rumah Film

Tentu saja berbagai pola pendanaan itu bisa bercampur dan bersinergi. Berikut akan dipaparkan satu demi satu pola pendanaan di atas.

Investor Pribadi

Yang umumnya terjadi adalah, seorang produser film mencari beberapa investor untuk mendanai filmnya. Produser ini datang dengan membawa proposal prospek finansial dengan budget yang sudah tertata rapi. Dan umumnya perorangan. Mira Lesmana menyebutnya dengan istilah *venture capitalist*, orang-orang yang memang memutar dana untuk investasi dimana-

mana, termasuk di industri film. Mira memutuskan untuk mendapatkan investor tidak lebih dari 3 orang, dan biasanya adalah orang yang ia kenal atau minta tolong teman untuk dicarikan orang yang mau investasi.

Cara ini dipakai juga oleh produser film Sheila Timothy. Untuk film yang diproduksinya, *Pintu Terlarang* (sutradara Joko Anwar, 2009), misalnya, ia mendapatkan dana dari beberapa investor privat untuk produksi. “Investor semua deal-nya sama seperti bisnis pada umumnya,” terang Sheila Timothy. Produser lain, Delon Tio berpendapat sama. Dalam membuat *Claudia/Jasmine* (sutradara Awi Suryadi, 2008), dia menggunakan *private funding*, termasuk dana dari kocek sendiri, hingga mencapai Rp 3 milyar. Pola pengembalian dananya sesuai dengan investasi yang dimasukkan oleh masing-masing investor. Untuk film berikutnya, *Where The Road Meets The Sun* (2011) dan *Simfoni Luar Biasa* (2011), Delon Tio tidak lagi menggunakan dana pribadi.” Di film itu, saya mendapatkan upah professional (*profesional fee*) layaknya sebagai produser dan mendapatkan persentase setelah film mendapatkan keuntungan” ujarnya.

Umumnya, pendapatan dari film akan mengalir ke para investor hingga terlunasi 100%. Setelah semua dana investasi telah dikembalikan, dan ada keuntungan dari film, akan dibagikan dengan skema tergantung dari kesepakatan. Delon Tio membaginya 60% kepada pihak investor dan 40% kepada pihak produser. Delon merasa sistem seperti ini memberikan dampak yang lebih efektif dan dia sebagai produser dapat memproduksi beberapa film dalam setahun tanpa harus mengumpulkan dana pribadi yang cukup untuk memproduksi sebuah film.

Mira Lesmana umumnya membaginya 50%: 50%. Jadi, sifatnya, *profit sharing* (bagi hasil), bukan *revenue* (keuntungan), kecuali dalam kasus *Gie* (sutradara Riri Riza, 2004).

Tabel 22

CONTOH PROPOSAL PROSPEK FINANSIAL UNTUK DIPRESENTASIKAN KE CALON INVESTOR (BELUM TERMASUK PAJAK)

	BEP	I	II	III	IV
Assumptions					
Viewers	703,116	761,600	952,000	1,142,400	1,370,880
Average Ticket Pice (Nett of tax)	14,742	14,742	14,742	14,742	14,742
Revenue Sharing					
PH	50%	50%	50%	50%	50%
Distributor	50%	50%	50%	50%	50%
Total Pemasukan (Rp)	**10,365,000,000**	**11,227,144,000**	**14,033,930,000**	**16,840,716,000**	**20,208,859,200**
PH					
Revenue (Rp)					
1. Penjualan Tiket (domestik)	5,182,500,000	5,613,572,000	7,016,965,000	8,420,358,000	10,104,430,000
2. Stasiun TV	450,000,000	500,000,000	600,000,000	800,000,000	1,000,000,000
3. Home Video (Domestik)	150,000,000	150,000,000	200,000,000	250,000,000	250,000,000
4. Penjualan luar negeri (Seluruh hak)	200,000,000	400,000,000	500,000,000	600,000,000	750,000,000
Total Pemasukan	5,982,500,000	6,663,572,000	8,316,965,000	10,070,358,000	12,104,430,000
Biaya produksi (Rp.)	5,982,500,000	5,982,500,000	5,982,500,000	5,982,500,000	5,982,500,000
Keuntungan kotor	-	681,072,000	2,334,465,000	4,087,858	6,121,929,500
	0%	11%	33%	48%	61%

Sumber: Sheila Timothy (2011)

Apa imbalan bagi investor selain bagi hasil? Sebagian investor melihatnya sebagai murni bisnis dan tak mau terlibat sama sekali dengan produksi, termasuk pencantuman nama. Ada juga yang namanya diabadikan menjadi produser eksekutif. Ada kasus yang melakukan investasi adalah sebuah perusahaan, seperti

Sinemart dalam Gie (dan *3 Hari untuk Selamanya*), setelah negosiasi, namanya ada di awal film dengan keterangan "… mempersembahkan", karena berinvestasi sekitar Rp 3 milyar untuk total keseluruhan bujet.

Jika seseorang sudah berinvestasi di satu film sebuah rumah produksi, bukan berarti ia akan melakukan investasi lagi di

film berikutnya dari rumah produksi yang sama. Tergantung keberhasilan sebuah film, di samping juga sikap para investor yang berbeda-beda (ada yang murni bisnis, ada yang hanya sekadar coba-coba, dan sebagainya). Mira Lesmana selalu membawa tiga proyeksi pada calon investor sebagai konsekuensi logis sebuah bisnis: proyeksi rugi, balik modal, dan untung. Nia Dinata menyatakan bahwa ia selalu punya investor yang sama untuk pembiayaan film-filmnya, dan karenanya, penting baginya untuk menjalin hubungan dengan satu dua investor saja, tidak loncat-loncat mencari orang kaya lainnya setiap ada produksi baru (Michalik & Coppens: 2011, hal 109). "…Selama kami tidak banyak kehilangan uang, mereka akan tetap berinvestasi di film saya. Sebab saya pikir mereka percaya pada film dan mereka percaya saya dan mereka percaya Indonesia membutuhkan sinema alternatif (*ibid*, hal 110).

Bagaimana jika tidak menemukan penyandang dana? Mungkin bisa menyontoh yang dilakukan para sutradara dan produser film 98:08 (sutradara Edwin dkk) dan Belkibolang (sutradara Agung Sentausa dkk: 2010): mereka patungan untuk produksi dan distribusi! Sebelumnya, *Kuldesak* (sutradara Mira Lesmana dkk) juga melakukan hal yang sama, sebelum akhirnya dibantu Hubert Bals Fund untuk pasca-produksi dan distribusi.

Sedangkan produser seperti Leo Sutanto (Sinemart) dan Chand Parvez Servia (Starvision) membiayai sendiri film-film mereka, seperti kategori yang ditawarkan Mira Lesmana. Umumnya, perusahaan lama– Rapi Films, Multivision, Starvision, Indika, MD, Sinemart and Soraya Intercine – mempunyai sumber pendanaan sendiri yang besar, dan membuat sistem kontrak atau, dalam istilah Thomas Barker, sistem produksi *outsourcing* (Barker: 2011, hal 260-265). Sebagai disebut diatas, mereka menyewa sineas muda untuk membuat film. Hal ini akan dibahas disubbab tersendiri.

Pendapat agak beda diutarakan oleh Faozan Rizal yang acap membuat film eksperimental. Ia menabung dari hasil jerih payahnya sebagai sinematografer profesional dan nantinya

dipakai untuk biaya produksi. "Karena saya tidak punya produser atau yayasan yang mendukung saya. Juga, yayasan-yayasan di dunia, pun selalu berurusan dengan koneksi, politik, dan soal-soal macam begitu. Jadi, saya hanya menggunakan duit saya sendiri untuk film saya" katanya (Michalik & Coppens:2011, hal 322).

Institusi lain yang pernah menawarkan investasi untuk mengongkosi film adalah Investasi Film Indonesia[74] yang didirikan pengacara Adiyanto Sumarjono. Lembaga ini berdiri pada 2004 dengan proyek pertamanya adalah *Banyu Biru* (sutradara Teddy Soeriaatmadja, 2004), dimana IFI menanggung 85% dari total dana sebesar Rp4 Milyar pada produksi film tersebut. IFI bertindak sebagai penengah antara sineas dan calon investor, dan menyederhanakan prosesnya. Untuk menurunkan risiko individu para investor, IFI mengkombinasi kontribusi beberapa investor. Awalnya, calon investor itu adalah teman-taman Sumarjono dan para profesional yang berniat menginvestasi dananya ke pembuatan film,semuanya berjumlah sekitar 20 orang (Barker: 2011, hal 249). Film lainnya yang mereka danai adalah *Alexandria* (sutradara Ody Harahap, 2005). Kala mendanai *Untuk Rena* (sutradara Riri Riza, 2005) dan *Garasi* (sutradara Agung Sentausa), IFI mengalami kerugian yang cukup besar sehingga mengakibatkan beberapa investor menahan diri untuk berinvestasi di film. Karena itulah, IFI seterusnya tergerak untuk memproduksi film sendiri, yaitu *Coklat Stroberi* (sutradara Ardy Octaviand), *Radit dan Jani* (sutradara Upi), *Coblos Cinta* (sutradara Findo Purwono HW), *3 Doa 3 Cinta* (sutradara Nurman Hakim) dan *Serigala Terakhir* (sutradara Upi).

Perusahaan Komersil

Perusahaan bisa menjadi sponsor untuk mengongkosi produksi. Misalnya, Hilman Hariwijaya. Film pertama yang ia produseri,

[74] Profil perusahaan bisa dilihat di: http://www.ifi.co.id/id/corporate.html

The Wall (KK Dheeraj, 2007[75]) gagal di pasaran, namun membuat perusahaannya —Lupus Entertainment— mendapatkan dana penuh dari Curcuma Plus untuk film berikutnya, *Anak Ajaib* (2009) (Barker: 2011, hal 248). Film lain yang didanai perusahaan swasta adalah *D'Girlz Begins* (2006, oleh Softex) dan *Liburan Seru* (2008, Dancow) (Barker: 2011, hal 250).

Sebagai sponsor, perusahaan itu mengongkosi seluruh atau sebagian biaya produksi—tergantung kesepakatan dengan produser film—dan sebagai timbal baliknya, produk-produknya akan ditempatkan di dalam film. Hal ini lazim disebut built-in atau product placement.

Lembaga Penyiaran

Lembaga lainnya yang berpotensi mengucurkan dananya untuk produksi film adalah lembaga penyiaran seperti stasiun televisi. Beberapa negara, seperti Jepang dan Prancis, melakukannya sejak lama. Indra Yudhistira Ramadhan adalah salah satu pioneernya di era Reformasi. Dengan Transinema (Trans TV), ia menyutradarai *Andai Ia Tahu* (2002) dan *Biarkan Bintang Menari* (2003). Sedangkan dengan RCTI ia membuat *Vina Bilang Cinta* (2005).

"Sewaktu saya di Trans TV, ide membuat film saya lontarkan karena saya merasa TV saat itu bisa membantu industri film yang saat itu sedang mati suri. Idenya sederhana, Trans TV membuat film layar lebar, film diputar di bioskop dan kemudian menjadi katalog di *programming* TV setelah itu. Dengan demikian TV bisa memberikan kontribusi untuk memajukan film nasional saat itu. Ide besarnya, TV mempunyai dana yang didistribusikan kepada para pembuat film muda," ujar Indra.

Dan jadilah beberapa film yang seluruh dananya dibiayai oleh stasiun televisi. Dan salah satu keuntungannya tidak ada biaya

[75] Menurut Filmindonesia.or.id, *The Wall* disutradarai oleh Kumar Parek. Film pertama KK Deraj adalah *Genderuwo* (2007). Cek: http://filmindonesia.or.id/movie/title/lf-t007-07-670375/the-wall

promosi lain, karena secara otomatis mereka akan promosi di televisi. Sedangkan kru diambil dari tim dari stasiun TV itu sendiri (*in-house*). Maka, jika ada kerugian, maka itu dianggap sebagai bagian dari proses kinerja tim. Sedangkan jika ada keuntungan, akan dipakai untuk produksi film selanjutnya.

Beberapa film yang didanai oleh stasiun televisi adalah *Jelangkung* (sutradara Rizal Mantovani/Jose Purnomo, 2000), dan *Pasir Berbisik* (sutradara Nan Achnas, 2001). Jelangkung didanai oleh TransTV dan awalnya akan dibuat untuk program televisi, sampai Erwin Arnada meyakinkan lembaga penyiaran itu untuk dijadikan film layar lebar, dan akhirnya meraup sukses. *Pasir Berbisik* didanai oleh NHK Jepang dan PT Camila Internusa yang juga merupakan importir film yang tergabung dalam grup 21.

Lembaga Donor dan Festival Film

Lembaga donor (*endowement*) adalah alternatif lain. Ada yang mengkhususkan dirinya di bidang film, yang biasanya punya keterkaitan dengan satu festival film internasional, ada yang lembaga umum seperti Ford Foundation atau LSM dan institusi semacam WWF dan Body Shop —umumnya yang cocok dengan visi dan misi mereka dan/atau bagian dari program CSR. *Opera Jawa* (Sutradara Garin Nugroho), misalnya, adalah film pesanan Panitia Perayaan 250 tahun Mozart, bersama beberapa film lainnya.

Untuk lembaga donor khusus film, mereka memberikan dana untuk berbagai macam keperluan, mulai dari pengembangan skenario, produksi hingga pembiayaan paska-produksi dan distribusi. Miles Production/ Miles Film adalah rumah produksi yang cukup sering mendapatkan dana. Film-film seperti *Eliana-Eliana, Gie 3 Hari untuk Selamanya* mendapatkan dana dari Hubert Bals Fund (HBF), Goteborg, dan Global Film Initiative.

Biasanya, untuk kasus HBF, dana yang ditawarkan antara 10-15 ribu Euro. Khusus untuk *Gie*, Miles Films mendapatkan dana

untuk pra-produksi dan distribusi, artinya mendapatkan 30 ribu Euro. Sedangkan untuk produksi, biasanya lebih tinggi, bisa mencapai 50 ribu Euro. Sementara kasus *Babi Buta yang Ingin Terbang* (sutradara Edwin), Babi Buta Films mendapatkan dana untuk *script development* (Euro 10 ribu dolar) dan distribusi (5-6 ribu Euro) dari HBF, ditambah dana dari Global film Initiative untuk *script development* ($10 ribu). Untuk film berikutnya, *Postcard from the Zoo*, Edwin dan Daud Sumolang mendapatkan dana dari Script Lab di Sundance Film Festival 2010.

Mira Lesmana sudah mengenal Hubert Bals Fund sejak 1996, saat membuat proyek omnibus *Kuldesak* (1996). Umumnya, prosesnya adalah sebagai berikut: para produser pergi ke festival film, bertemu dengan orang dari lembaga donor, lantas *pitching*, dan kemudian ditentukan apakah didapat atau tidak. Untuk lembaga donor ini, tidak ada kewajiban untuk mengembalikan dana yang terpakai, atau berbagi untung seperti layaknya investor. Tapi mereka minta beberapa syarat. HBF minta nama mereka ada di credit dengan kalimat "…*with financial support from*…" di depan film. Mereka juga punya hak distribusi untuk wilayah Benelux (Belgia, Belanda, dan Luxembourg), dan minta kopi hasil akhir dalam bentuk *betacam*.

Hubert Balls Fund juga sempat bekerjasama dengan Jakarta International Film Festival dan mengadakan proses pemberian dana di Jakarta kepada naskah-naskah yang akan dikembangkan lebih lanjut. Para pemenang dalam program ini antara lain animator Wahyu Aditya dan penulis skenario/ sutradara/ produser Salman Aristo.

Untuk kasus Global Inisiative berlaku sama, dengan wilayah distribusi diAmerika Serikat. Untuk lembaga ini, karena sifatnya yang non-komersial, maka jika produser yang bersangkutan mendapatkan pendanaan dari perusahaan swasta AS atau mendapatkan dana lain yang lebih tinggi dari yang ditawarkan, maka mereka mempersilahkan produser untuk mengambilnya, sebagai pemasukan tambahan (*extra income*).

Bagaimana cara mengetahui keberadaan lembaga-lembaga di atas? Semuanya tersedia online. Produser *Babi Buta*, Meiske Taurisia pertama kali tahu setelah *browsing* di internet, mencari tahu dari teman, dan melihat *opening* dan *end title* banyak film. Menurut Meiske, yang terpenting jika mendapatkan bantuan dana adalah memastikan filmnya jadi. Karena, itu menyangkut reputasi dan nama baik, serta hubungan baik dengan sang lembaga donor di masa depan. Di Festival Film Pusan, ada Asian Cinema Fund yang membiayai pengembangan skenario dan pasca-produksi.

Film-film Indonesia banyak menerima dana bantuan dari Global Film Initiative (GFI) asal Amerika Serikat dan Hubert Bals Fund di Rotterdam. *Opera Jawa* dibuat DVD-nya oleh GFI dan diedarkan di kampus-kampus di Amerika. Dari pemutaran di kampus ini – menurut keterangan Santosh Sharma, salah seorang direktur GFI tahun 2009 lalu – penonton Opera Jawa mencapai sekitar 23.000 orang dan diputar di 50 tempat (kampus, museum, *art-house cinema*) di seluruh penjuru Amerika Serikat.

Tabel 23

DAFTAR FILM INDONESIA YANG DIDANAI GLOBAL FILM INITIATIVE

No	Tahun	Film	Keterangan
1	2006	*3 Hari untuk Selamanya* (Riri Riza)	Grant
2		*Jermal* (Ravi Bharwani, Utawa Tresna, Rayya Makarim)	Grant
3	2007	*Pesantren* (Nurman Hakim) – judul akhir: *3 Doa 3 Cinta*	Grant
4	2008	*Babi Buta yang Ingin Terbang* (Edwin)	Grant

Sumber: Eric Sasono dalam laman blog http://new.rumahfilm.org/category/blog/gemar-nonton-pangkal-pandai/

Selain film-film di bagan di atas, ada 3 film Indonesia diedarkan dalam bentuk DVD di Amerika oleh GFI: Rindu Kami Pada-Mu, Opera Jawa (sutradara Garin Nugroho) dan The Photograph (sutradara Nan Achnas).

Co-Production, Film Market, dan *Festival Film*

Selain lembaga donor, ada *forum co-financing* atau *co-production*. Jika lembaga donor dan *endowement* di atas sifatnya adalah pemberian dana tanpa ada kewajiban pengembalian, maka dua ajang ini bekerja dengan logika yang tidak jauh berbeda dengan bisnis investasi film pada umumnya, hanya saja yang menjadi *co-produser* adalah pihak asing.

Ada beberapa lembaga yang bisa dimintai dana untuk membiayai produksi film, dengan sistem yang sedikit banyak sama dengan investor privat. Misalnya di *Where The* Road *Meets The Sun*, Delon Tio mendapatkan setengah dari biaya produksi film tersebut dari Singapore Film Commission. Tentu ada perjanjian tertentu, misalnya, film hasil *co-financing* tersebut diprioritaskan untuk diputar di negara pendana. *Co-production* bisa juga lewat jalur Film Market, yang disediakan festival film, dan ini akan dibahas di bagian "sumber dana luar negeri". Perkembangan lainnya, produksi bersama ini bahkan bisa dilakukan secara "patungan" online, seperti yang ditawarkan www.touscoprod.com dari Prancis.

Di berbagai festival film internasional, ada yang namanya forum Film Market. Inilah tempat bertemunya orang yang ingin bekerja sama memproduksi film antar negara, dalam produksi atau distribusi. Di Festival Film Rotterdam ada Cinemart[76]. Ini adalah forum dimana kita mendapat kesempatan untuk mendapat rekan kerja dari negara lain, mulai dari *co-producers*, *sales agents, television buyers*, *distributors* hingga *financiers*. Festival Film Pusan punya Asian Film Market dan Asian Project Market (tadinya bernama Pusan Promotion Plan)[77]. Festival Film Cannes ada Marché du Film (Pasar Film) dan Producers Network. Festival Film Berlinale menghadirkan The Talent Project Market (TPM) yang bekerja sama dengan Berlinale Co-Production Market. Los Angeles punya the American Film Market (AFM).

[76] Silahkan cek: http://www.filmfestivalrotterdam.com/professionals/cinemine/cinemart_history/
[77] http://en.wikipedia.org/wiki/Busan_International_Film_Festival

Selain untuk kedua hal di atas, diputarnya sebuah film di Festival Film kelas dunia (di seksi kompetisi utama lebih utama, tapi "sekadar" diputar juga punya nilai jual tersendiri) adalah juga menjadi salah satu target pasar. Menurut Garin Nugroho, untuk masuk ke dalam kompetisi festival kelas A, atau lolos penilaian Film Market dan lembaga endowement film, ada beberapa syarat dasar dari cerita dan cara bertutur:

1. Personal;
2. Semakin kurang edukatif, semakin baik;
3. Filosofis.

Garin Nugroho juga hitung-hitungan soal festival film mana yang akan ia ikuti. Misalnya, ia fokus pada festival-festival film di Eropa daripada benua Amerika karena "film-film saya adalah selera Eropa". Di Berlinale ia memilih memasukkan 6 filmnya ke seksi Forum yang lebih mengedepankan eksperimental dan kebaruan, daripada seksi lain. Ini menunjukkan bahwa sementara banyak orang melihat sosok Garin sebagai sineas yang "idealis", sebenarnya dengan perilaku hitung-hitungan ini, dia menamakan dirinya seorang "realis".

Festival film juga menjadi ajang untuk membangun jaringan (*networking*) dengan sesama pembuat film seluruh dunia, para programmer festival film, dan kritikus. Bagi Garin, mengenal para programmer dan direktur festival film (khususnya kelas A) sangat penting. Memang tidak ada jaminan akan diterima, karena mereka punya syarat yang sangat ketat. "Tapi, setidaknya, mereka akan mendahulukan untuk menonton film yang saya kirim di antara ratusan bahkan ribuan karya yang masuk" ungkap Garin[78].

Pemerintah, Pemda, BUMN

Apakah ada dana produksi film yang keluar dari kantong pemerintah? Sebelum menjawab pertanyaan ini, kita telusuri dulu sejarahnya. Menteri Penerangan (Menpen) BM Diah

[78] Wawancara, 2011

mengeluarkan Surat Keputusan Menteri Penerangan no. 71/ SK/M/1967 tentang pengumpulan dana impor untuk menunjang kemajuan perfilman nasional (Irawanto: 2004, hal 20). SK ini diikuti dengan pembentukan Yayasan Film yang berkewajiban mengelola dana, dan pada 1968, Menteri Penerangan BM Diah membentuk Dewan Produksi Film Nasional untuk memproduksi film percontohan. Hasilnya adalah film *Apa Jang Kau Tjari, Palupi*? (Asrul Sani, 1969), *Djampang Mentjari Naga Hitam* (Lilik Sudjio, 1968), *Matt Dower* (Nyak Abbas Akkub, 1969), *Nji Ronggeng* (Alam Surawidjaja, 1969) dan K*utukan Dewata* (Nawi Ismail, 1970). *Mat Dower* dan *Nji Ronggeng* kurang bagus dalam pemasaran dan festival.

Kala itu, film impor dikenakan 'sumbangan wajib' atas nama 'sumbangan film impor untuk rehabilitasi film nasional , yang juga dikenal sebagai 'saham produksi' sebesar Rp 250 ribu untuk tiap judul film impor dan hanya boleh memasukkan 2 kopi film[79].

"Sumbangan" ini dikelola oleh Yayasan Film dan digunakan untuk membiayai pembuatan film percontohan dibiayai, yang diatur oleh DPFN. Salah satu alasannya, untuk merangsang pertumbuhan perfilman, mengingat pada 1968 ada 459 film impor dan hanya 8 film nasional. *Palupi* dinobatkan menjadi *The Best Picture* dalam Festival Film Asia tahun 1970, dan *Djampang* menjadi salah satu film terlaris tahun itu. Sayangnya, Menteri Penerangan berikutnya, Boediardjo, membubarkan DPFN karena "penggunaan uang yang terlalu boros."

Di masa Boediardjo itu, terbitlah Surat Keputusan Menteri Penerangan No. 74/Kep/Menpen/73 yang lebih menekankan pendekatan kuantitas. Di tahun inilah Departemen Penerangan (Deppen) memberikan kredit dari pajak impor kepada para sineas. Sayangnya, walau secara jumlah film Indonesia meningkat, tapi kredit itu umumnya tak pernah kembali (Irawanto: 2004, hal 20).

[79] Periksa: http://www.lsf.go.id/film.php?module=berita&sub=detail&id=25

Pada tahun 1976, Menpen Mashuri memperluas penggunaan dana dari importir ini. lewat SK Menpen no. 47/Kep/Menpen/76, Menpen memberlakukan "wajib produksi" kepada para importir. Hal itu menyebabkan jumlah film meningkat tajam, tapi kualitas menurun karena SDM (di samping distribusi) yang lemah—yang kemudian memicu berdirinya PT Perfin oleh Surat Keputusan Bersama (Menpen, Menteri Pendidikan, dan Mendagri) untuk mewajibkan bioskop memutar film nasional dua kali sebuan (Irawanto: 2004, 20).

Pada 1978, tahun pertama Menpen Ali Moertopo menjabat, dikeluarkan SK Menpen No. 224/Kep/Menpen/1978 yang mengatur penggunaan modal produksi menjadi empat: subsidi penuh untuk membantu produser yang membuat film kultural edukatif yang berorientasi pada mutu sesuai dengan persyaratan yang dituntut oleh Dewan Film; kredit penuh, kredit investasi berimbang, dan kredit prestasi untuk film siap edar (Irawanto: 2004, hal 21).

Masalahnya, penggunaan pajak ini tidak pernah transparan dalam hal jumlah dan penggunaannya. Sedangkan dana dalam bentuk kredit tidak dibarengai dengan uji kelayakan, sehingga melahirkan tunggakan alias kredit macet (Irawanto: 2004, hal 22).

Pada tahun 1992, secara kuantitatif, produksi film merosot tajam, bahkan Festival Film Indonesia ditiadakan karena jumlah film yang terlampau sedikit (Irawanto: 2004, hal 15). Lembaga Sensor Film melonggarkan kriteria penyensoran, yang berakibat menjamurnya film bertema sex dan kekerasan, khususnya di bioskop menengah ke bawah seperti digambarkan pada bab sebelumnya. Pada 1995, Badan Pertimbangan Perfilman Nasional (BP2N)[80] mempunyai proyek yang membiayai produksi beberapa film seperti *Cemeng 2005* (sutradara N. Riantiarno, 1995) dan *Bulan Tertusuk Ilalang* (sutradara Garin Nugroho, 1995) (Irawanto: 2004, hal 15). Keduanya tidak banyak dirayakan di

[80] Menurut beberapa sumber, pemprakarsanya bukan BP2N tapi Proyek Dewan Film Nasional

dalam negeri, tapi cukup mendapatkan apresiasi di luar negeri. Menurut Irawanto, bantuan finansial dari pemerintah berguna agar film "tidak terlalu mengabdi pada kepentingan pasar yang acapkali membelenggu upaya-upaya "pembaruan" atau mencarian cara-cara "artikulasi baru" film Indonesia (*ibid*). Pada 1997, *Telegram* (sutradara Slamet Rahardjo, 1997) dibuat dengan berbagai sumber dana: PT Ekapraya Tata Cipta Film dengan ArtCAm International (Prancis), dan juga subsidi sebagian biaya produksi lewat dana yang dihimpun BP2N (Irawanto: 2004,hal 17).

Di Masa pasca-Suharto, BP2N masih mensubsidi sebagian biaya pasca produksi Sri (Marselli, 1999), yang dihimpunnya—plus sistem "gotong royong" antara dana awal dari Sinema Sejati dan bantuan SDM dari pengajar dan mahasiswa FFTV IKJ yang honornya dibayar dari hasil peredaran luar negeri (Irawanto: 2004, hal 18). Pada 2004. Kementrian Budaya dan Pariwisata pernah membuat sayembara skenario film yang pemenangnya akan diproduksi menjadi film. Pemenangnya adalah *Anne van Jogja* (sutradara Bobby Sandy, 2004) dan *Panggung Pinggir Kali* (sutradara Ucik Supra, 2004). Keduanya kandas di pasaran.

Pemerintah Daerah dan Pemerintah Kota pernah dan sedang menjadi salah satu pintu pendanaan Yang terkini adalah *Mirror Never Lies* (sutradara Kamila Andini), yang memperoleh dana dari Pemda Wakatobi (30%), dan WWF (50%). Menurut produser eksekutif Garin Nugroho, skemanya sama dengan lembaga donor atau *endowement*. Saat tulisan ini dibuat, sutradara Hanung Bramantyo sedang mengembangkan cerita berjudul sementara *Dapunta* yang dananya antara lain diongkosi Pemda Palembang diperkirakan sebesar total Rp 92 milyar[81]. Yang menarik, sejak 2007, setiap tahunnya, Kementrian Budpar menyurati para Gubernur membuat film[82]. Menbudpar, Jero Wacik, juga menyatakan bahwa pemerintah akan mensubsidi

[81] Periksa: http://hot.detik.com/movie/read/2011/06/25/181725/1668641/229/garap-dapunta-hanung-bramantyo-habiskan-dana-rp-92-m
[82] Periksa: http://kepri.antaranews.com/berita/14889/kembudpar-surati-gubernur-buat-film

biaya produksi film mulai tahun depan dari anggaran APBN[83]. Hal ini sejalan dengan UU Film 2009 pasal 77 butir yang menyatakan bahwa salah satu sumber pendanaan berasal dari "...pemerintah melalui Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara serta pemerintah daerah melalui anggaran pendapatan dan belanja daerah".

Bantuan finansial dari pemerintah dan pemerintah daerah ini juga dipertegas dengan Undang-Undang Film 2009. Pada Bab V, UU ini secara langsung memuat tentang kewajiban, tugas, dan wewenang pemerintah dan pemerintah daerah. Pada pasal 51, disebutkan:

> Pasal 51
>
> Pemerintah berkewajiban:
>
> a. memfasilitasi pengembangan dan kemajuan perfilman;
> b. memfasilitasi pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi perfilman;
> c. memberikan bantuan pembiayaan apresiasi film dan pengarsipan film; dan
> d. memfasilitasi pembuatan film untuk pemenuhan ketersediaan film Indonesia sebagaimana dimaksud dalam Pasal 32.

Untuk Pemerintah Daerah, termaktub dalam Pasal 54 dengan bunyi yang kurang lebih sama[84]. Sejauh ini, belum dirumuskan petunjuk pelaksanaan dan petunjuk teknis untuk hal ini.

Hal ini diperkuat oleh pasal 75 yang menyatakan bahwa "Pendanaan perfilman menjadi tanggung jawab bersama antara Pemerintah, pemerintah daerah,

pelaku kegiatan perfilman, pelaku usaha perfilman, dan masyarakat". Tentu UU ini mengikat ke pejabat terkait.

[83] Periksa: http://www.detiknews.com/read/2011/02/28/160748/1581303/10/film-soal-pahlawan-akan-disubsidi-pemerintah

[84] Periksa: http://ppid.polri.go.id/upload/files/UU%20RI%20Nomor%2033%20Tahun%202009.PDF.

Terakhir, BUMN, sebagai mana disebut di atas, juga bisa menjadi pintu pendanaan. Dalam kasus *Laskar Pelangi*, Pertamina melakukan proyek CSR—di antaranya kesepakatan untuk memberikan beasiswa bagi para pemain anak-anak asli Belitung.

Analisis: Campur Tangan Pemilik Dana

Sejauh mana campur tangan para pemilik dana ini dalam mempengaruhi cerita atau produksi secara keseluruhan? Tentu tergantung kesepakatan dan sikap para produser masing-masing. Sheila Timothy dan Mira Lesmana adalah contoh produser yang tidak mau proses kreatif sang sutradara diintervensi para pendana. "Para investor lebih berkewenangan dalam pembagian hasil (untung/rugi) saja. Untuk proses kreatif, hanya sebatas *script* awal. Jika mereka setuju, mereka akan investasi. Tapi perkembangan kreatif selanjutnya, mereka tidak ikut campur, alias menjadi *silent partner*" ujar Sheila.

Sebagian investor tidak mau diketahui identitasnya dan tak mau terlibat dalam proses pembuatan film. " Kelvin Kustamaan, produser Credo Pictures menyatakan bahwa investor dan sponsor mereka tidak dikenal di dunia film, umumnya punya usaha lain, dan tidak tertarik untuk terlibat lebih jauh dalam produksi (Barker: 2011, hal 249).

Sedangkan untuk lembaga *endowment* film dan donor lainnya, sama sekali tidak ada campur tangan dari mereka, seperti dituturkan Mira dan Meiske.

Seperti sudah disinggung di atas, beberapa produksi film besar melakukan usaha yang dinamakan Thomas Barker dengan "Produksi *Outsourcing*" (Barker: 2011, hal 260-264). Umumnya praktik ini dilakukan oleh perusahaan lama atau perusahaan produksi yang dipimpin pemain lama—seperti Rapi Films, Multivision, Starvision, Indika, MD, Sinemart dan Soraya Intercine – yang agak mendominasi pasar perfilman pasca-1998. Sebagai perusahaan produksi besar, mereka sudah tahu risiko bergerak

di dunia film dan tidak punya ekspetasi berlebihan tentang produksi film di ranah komersial. Sementara, bagi filmmaker muda, para perusahaan besar ini adalah sebuah peluang bagi produksi mereka karena menjamin sumber modal produksi yang stabil (Barker: 2011, hal 260). Dalam banyak kasus, hal ini mempengaruhi isi, dan kemudian keragaman dalam tema dan genre.

Hal ini dinyatakan oleh produser Erwin Arnada. Menurut Erwin, banyak sutradara yang men-*down-grade* kualifikasi dirinya hanya gara-gara mau bikin film, dalam sistem produksi *outsourcing* ini, sehingga membuat film yang—dalam istilah Erwin--sembarangan. (Barker: 2011, hal: 264). Sutradara Viva Westi mengakui hal ini. Ia menyatakan bahwa terkadang, banyak sutradara yang kompromi dengan para produser perusahaan film lama yang fokus pada laku-tidaknya sebuah film, dan harus mengikuti apa yang mereka mau. Dalam kalimat Viva:"Mereka tidak perduli mau suaranya tidak terdengar, gambar belang-belang, *gak* standard, mereka *ga* perduli asal mereka dapat untung banyak, *udah*." (Barker: 2011: 265)

Sutradara Ody Harahap berpendapat bahwa hal itu dikarenakan film yang ia produksi di perusahaan besar menjadi milik rumah produksi tersebut, dan bukan miliknya. Ketiadaan hak kepemilikan itu membuat banyak sutradara membuat film berkualitas rendah. (Barker: 2011, Hal 267). Senada dengan itu, Awi Suryadi, yang memposisikan diri sebagai "sutradara *freelance*" menyatakan bahwa karena belum punya modal ia lebih memilih untuk "*ngeborong"* proyek dari PH-PH besar. Awi juga bilang, keuntungan dari bekerja untuk para PH itu adalah sang sineas hanya mengurus proses kreatif karena persoalan distribusi, dan pemasaran sudah ada yang mengurusnya. Dan karena itulah ia fleksibel. "Kalau PHnya mau *ngeborong* nih bikin film, ya saya juga bisa. Kalau cuma mau hire saya sebagai *director* juga bisa. Terus ya saya lagi mau coba ya mau *invest* di tempat lainlah bukan cuma sebagai filmmaker." Kata Awi (Barker: 2011, hal 261).

Tentang sikap para sutradara ini, sutradara Rako Prijanto menyatakan: "…ada jalan masing-masing. Ada yang tetap *stay* dengan idealis mereka seperti Mira Lesmana, Riri Riza, Nan Achnas, Nia Dinata *gitu*. Ada juga generasi muda yang memang mencari jalan lain dengan industri-industri yang udah besar itu." (Barker: 2011, hal 249)

Di lain pihak, ada indikasi bahwa pola pendanaan non-komersial (lembaga *endowement*, lembaga pendonor, dana sendiri) cenderung membuat filmmakernya tidak terbebani dengan pikiran bisnis seperti *Return of Investment* atau BEP, sehingga lebih bebas mengeksekusi gagasan-gagasan sinematik mereka. Tentu saja, tidak semua film yang mendapatkan dana secara non-komersial secara otomatis akan membuat film yang berkualitas bagus, sebagaimana tidak semua film yang mendapatkan pendanaan secara komersial dan berpikir logika bisnis akan otomatis membuat kualitas film jelek. *Anne van Jogja*, misalnya, adalah film yang dibiayai pemerintah, karena skenarionya menang dalam sayembara yang diselenggarakan pemerintah, namun gagal dalam meraih penonton atau pun di mata para kritikus film.

Biaya Promosi dan Kebijakan Lain

Umumnya anggaran untuk promosi mendapatkan porsi sangat tinggi. Misalnya, walau Petualangan Sherina budgetnya Rp 2 milyar, tapi biaya promosinya bisa mencapai Rp 3,5 milyar.

Biaya promosi didapat dari para sponsor. Untuk *built-in product*, imbalan bagi produser adalah uang tunai dan barter promosi di media partner. Di film *Pintu Terlarang*, ada lima produk. Bentuknya ada *built-ins*, *ad libs*, dan penempatan logo di media. Produk-produk ini sedemikian rupa dikelola sehingga tidak terlalu kentara. Dalam kasus *Claudia/Jasmine*, film ini disponsori oleh satu merek produk iklan dengan imbalan *built-in* logo perusahaan yang tersebar di sejumlah media promosi

filmnya. Tentu saja ada negoisasi tertentu mengenai apa dan bagaimana promosi dilakukan bekerja sama dengan produk.

Mengenai *built-in*, sikap para produser berbeda-beda. Mira Lesmana dari Miles Films misalnya tidak membolehkan adanya *built-in* di dalam film kecuali mereka memang ada di dalam skenario. "Tapi itu pun nggak jadi hitungan kita dalam financial plan-nya bahwa itu akan ada masuk karena itu selalu kita belakangkan. Selalu kita jadiin promosi. Jadi misalnya contoh aja waktu di *Petualangan Sherina*, semua pendanaan berasal dari investor". Singkat kata: produk tidak boleh "mengotori" film.

Dalam kasus Miles Films, produk boleh ditulis, asal promosi berlangsung dengan jor-joran, dan biasanya barter, bukan uang tunai. Penempatannya bisa di billboard, TV, radio, iklan di majalah, pengadaan konperensi pers, atau *road tour* ke berbagai kota. atau, bisa juga logo di akhir film. Tetapi bukan dalam bentuk *built-in*.

Untuk kasus Laskar Pelangi (Riri Riza, 2008) dengan Pertamina Foundation, awalnya negosiasinya adalah *built-in*. tetapi akhirnya mendapatkan uang tunai, tetapi hal ini di luar investasi. Dan tawar menawar pun terjadi, yaitu penempatan kata sponsor di dalam film. Awalnya adalah "dengan dukungan dari…" dan akhirnya keputusannya adalah "Pertamina Foundation turut mendukung….Miles Films dan Mizan Production…".

Kemunculan produk sponsor dalam film harus dipertimbangkan masak-masak. Jika tidak, bisa merusak suasana dan atmosfir yang dibangun, misalnya logika dalaman, atau sekadar mengganggu kenikmatan menonton karena sering munculnya produk-produk tertentu. Dalam Di Bawah Lindungan Kabah (sutradara Hanny Saputra, 2011), harian Kompas mengkritisi *product placement* yang tidak sesuai dengan konsep sejarah di film itu. Bayangkan, dalam suasana tahun 1920-an ada adegan orang menyuguhkan kacang garing dari kantong berlogo Kacang Garuda, ada adegan Rustam—paman Zainab yang gemar menghisap cerutu—

memakan wafer bermerek Gery Chocolatos, dan ada adegan obat nyamuk bakar merek Baygon (yang baru diproduksi tahun 1975) dibakar di kamar tidur[85].

Porsi Pendanaan Terbesar

Tentang porsi pendanaan terbesar, tentu saja semua tergantung skenario dan bagaimana ia *dibreakdown*. Dan kini ada *software* Movie Magic yang bisa mempermudah proses *budgeting*.

Tabel 24

BUDGET *SANG PEMIMPI* (RIRI RIZA, 2009)

Deskripsi	Rp.	Jumlah
Persiapan	Rp.	1.500.000.000,-
Awak dan pekerja	Rp.	1.500.000.000,-
Lokasi	Rp.	370.000.000
Kostum	Rp.	900.000.000
Bahan baku	Rp.	521.000.000
Peralatan	Rp.	1.000.000.000
Operasional	Rp.	2.400.000.000
Pemain	Rp.	600.000.000
Pasca produksi	Rp.	2.000.000.000
Distribusi	Rp.	1.000.000.000
Total	Rp.	11.791.000.000

Sumber: wawancara dengan Mira Lesmana.

Misalnya, dalam *Gie*, perlu 250 figuran. Sedangkan untuk *Bumi Manusia*, porsi terbesar akan tersedot oleh tata artistik, karena Miles Films akan membangun set yang besar sekali. Di lain kasus, *3 Hari untuk Selamanya* (Riri Riza, 2007), biaya untuk *talent* kecil karena hanya ada 2 pemain utama dan beberapa aktor pendukung saja.

[85] Periksa: http://hiburan.kompasiana.com/film/2011/08/23/di-bawah-lindungan-kabah-tontonan-lebaran-2011/. Diakses 24 Agustus 2011.

Sedangkan, Sheila Timothy mengungkapkan dalam konteks *Pintu Terlarang*, persentase pendanaannya adalah sebagai berikut:

- Pra- produksi: 20%,
- Produksi: 50%,
- Pasca-produksi: 30%

Senada dengan itu, untuk film-film yang diproduseri Delon Tio, *post-production*, di samping promosi, adalah elemen yang mendapatkan porsi terbesar. Dari mulai Digital Transfer, penanganan film dan tata suara, hingga pencetakan kopi film membutuhkan biaya sedikitnya Rp 1 milyar. Menurut Delon, dalam 10-15 tahun lagi seluruh dunia akan mengadoppsi sistem produksi digital, sehingga para sineas tidak perlu lagi menggunakan film 35mm atau melakukan kinetransfer yang memerlukan biaya yang sangat besar.

***New Product Development* (NPD)**

Tentu, setelah diproduksi, film harus dipasarkan agar bisa ditonton oleh sebanyak mungkin penonton dan mendapatkan keuntungan (dalam arti yang luas). Untuk mencapai tujuan itu, kepuasan penonton adalah kuncinya. Menurut Kerrigan, kepuasan konsumen tidak bisa didapat dengan bertanya tentang apa yang mereka mau dan lantas membuatnya, tetapi dengan membuat film-film yang mengandung teknik dan/atau nilai artistik yang tinggi dan memposisikan fim-film ini sepatutnya untuk menarik pasar yang ditargetkan (Kerrigan: 2010, hal 6). Intinya: pembuat film dan *film marketer* harus punya sebuah pemahaman tentang jenis penonton film yang berbeda-beda dan bagaimana mengikat mereka, dan ini membutuhkan sebuah segmentasi penonton, hingga para sineas bisa mengira-ngira ekspetasi mereka terkait dengan genre, gaya, dan sebagainya (Kerrigan: 2010, hal 6).

Karena itulah, untuk dapat terus bertahan dalam dunia bisnis dan meningkatkan pemasaran film mereka, setiap filmmaker mempunyai cara untuk mengembangkan produk barunya, di antaranya lewat inovasi dan kreasi. *New product development* atau NPD adalah "proses pemikiran dan penciptaan sebuah produk baru dan hasil dari proses tersebut" (Zacharia, dari Kerrigan, hal 45).

Finola Kerrigan mengadopsi kategori NPD dari Hall[86] untuk bisa menganalisa pemasaran film seperti terlihat di tabel di bawah ini. Kami mengadopsi kategori NPD Kerrigan agar sesuai dengan konteks Indonesia:

Tabel 25

ADOPSI PENDEKATAN PENGEMBANGAN PRODUK (*NEW PRODUCT DEVELOPMENT*) DALAM MELIHAT FILM INDONESIA

Hall (1991)	Finola Kerrigan	Pengembangan produk film Indonesia 1999-2010
Produk terobosan	Film-film art-house yang menyeberang ke distribusi arus utama	Produk-produk terobosan dalam tema dan cara tutur
Produk "ini baru buat kami"	Film-film copycat	Film formulaik, film epigon
Produk baru yang telah dikembangkan, produk untuk 'generasi baru'	Inovasi dan percobaan dalam film-film genre	Film genre yang sudah ada sebelumnya dan telah dikembangkan untuk generasi baru
Produk perpanjangan lini produksi	Adaptasi dari novel populer, novel grafis, *console game* atau produk budaya pop yang telah ada sebelumnya	Film yang berasal dari buku laris, film yang berbasis kelompok musik populer, film yang diadaptasi dari acara televisi
3 R (*repackaged, repositioned, recylce*)	*Blockbuster* / *franchise* film	*Remake*, sekuel dan turunannya

Sumber: Kerrigan (2007) dan diadaptasi oleh Tim Rumah Film

[86] Sumber: "Perception of Market Research in the Film Industry", dalam *Film Marketing*, Finola Kerrigan, hal 45

Berikut adalah penjelasannya.

1. Produk Terobosan

Ini adalah produk-produk terobosan dalam berbagai hal termasuk pencapaian estetika atau mengungkapkan tema yang berbeda. Film-film jenis ini mencoba meretas dan membentuk pasarnya sendiri, seraya mencoba mencari pasar yang sudah ada. Kerrigan mengadaptasinya menjadi "film-film seni yang bisa menembus arusutama. Misalnya, *Slumdog Millionaire* (2008), *Amelie* (2001) dan *Sideways* (2004). Ketiganya punya penonton spesifik, apresiatif, dan yang lebih sedikit dari arusutama. Namun kualitas dan cerita yang kuat menarik perhatian penonton arusutama.

Untuk sesuai dengan konteks Indonesia, kami tetap menamainya dengan produk terobosan (*breakthrough product*). Contohnya adalah *Kala* (Joko Anwar, 2006), *Babi Buta yang Ingin Terbang*, *Opera Jawa* (Garin Nugroho, 2006), *Kantata Takwa* (Erros Djarot/ Gotot Prakosa, 2008), dan *Impian Kemarau* (Ravi Bharwani, 2004). Seperti disebut di atas, yang disebut pasar tidak hanya distribusi dan eksibisi komersial, tetapi juga mencakup penghargaan dan festival film.

2. Film formulaik dan Epigon.

Ini adalah film-film yang berharap mendapatkan keuntungan dari film sukses sejenis sebelumnya. Film-film jenis ini bisa dengan mudah diidentifikasi berdasarkan genre dan subgenre. Misalnya, menjamurnya film gangster Inggris setelah kesuksesan *Lock, Stock and Two Smoking Barrels* (1998). Inilah sumber utama alasan mengapa tidak banyak variasi genre dan tema dalam industri film Indonesia. Menurut Kerrigan, ini adalah taktik yang berbahaya karena selera penonton bisa berubah dan pemirsa akan mencapai titik jenuh disuguhi genre yang sama berulang kali.

Dalam konteks Indonesia, kami menamakannya dengan "film formulaik dan epigon". Misalnya, betapa banyak film-film seputar horor urban yang ingin mengulang sukses *Jelangkung (Rizal Mantovani/Jose Purnomo, 2001)*, atau film komedi sex yang maunya meraup penonton meniru formula *Quickie Express* (Dimas Djay, 2007). Untuk menambah sensasi, mereka menempatkan bintang-bintang sexi seperti Julia Perez atau Dewi Perssik, bahkan bintang porno seperti Maria Ozawa dan Sora Aoi—walau tidak selamanya taktik ini berhasil menarik jumlah penonton yang datang.

3. Film genre dengan pasar generasi baru

Ini adalah upaya untuk menghidupkan genre yang sebenarnya sudah lama ada, tapi disajikan dengan gaya yang pas dengan selera dan jiwa zaman (*zeitgeist*) generasi baru, sehingga filmnya diharapkan mengena bagi generasi baru dan ada kebaruan. Film-film ini umumnya menerapkan elemen-elemen baku sebuah genre, tapi diperbaharui dari segi lokasi dan konteksnya.

Di Indonesia, contohnya adalah *Petualangan Sherina* (musikal, anak-anak), *Jelangkung* (horor), *Ada Apa Dengan Cinta* (drama cinta SMA), *Catatan Akhir Sekolah* (drama remaja), *Brownies* (komedi romantis), *Quicke Express* (komedi sex), dan *Merantau* (silat). Genre-genre di film-film itu sudah sejak dulu diproduksi di film Indonesia, tetapi disajikan dengan gaya berbeda dengan pasar generasi baru.

4. Film dari buku laris, band popular, dan acara televisi terkenal (*line extension*).

Ini adalah film-film hasil adaptasi buku-buku popular, komik, atau bentuk lain dari produk budaya. Misalnya *franchise The Lord of the Rings* (2001) dan *Harry Potter* (2001), atau *Mamma Mia* (2008) yang terkait erat dengan lagu-lagu ABBA tahun 1970an. Tentu film jenis ini menjanjikan semacam "keamanan finansial" mengingat diadaptasi dari karya yang sudah punya penggemar dalam jumlah besar. Di Indonesia, film adaptasi novel

laris cocok di kategori ini, misalnya *Eiffel I'm in Love* (Sutradara Nasri Cheppy, 2003), *Laskar Pelangi*, *Ayat-Ayat Cinta* (Sutradara Hanung Bramantyo, 2007), dan *Ketika Cinta Bertasbih* (Sutradara Chairul Umam, 2009).

Adaptasi dari acara televisi misalnya *Pemburu Hantu* (Sutradara Alamsyah, 2010) dan *Suami-Suami Takut Istri* (Sutradara Sofyan D Surza, 2008).

Kategori lain yang tidak ada di dalam tabel Kerrigan dan Hall adalah film-film yang menempatkan anggota band-band yang sudah terkenal sebagai bintang atau daya tariknya. Misalnya Wali (*Baik-Baik Sayang*), Slank (*Generasi Biru*), Dewa (*Kamulah Satu-Satunya*), The Changcuters (*seri Tarix Jabrix*) dan Ungu (*Purple Love*). Dan, rupanya strategi ini tidak selamanya menguntungkan.

Ada juga film yang diadaptasi dari karya besar atau karya sastra yang menjadi konsumsi kaum intelektual, seperti *Gie*. Ke depan, tren memfilmkan karya besar tampaknya menjadi lebih banyak lagi. Ini sudah dimulai dengan pembuatan film yang mengadaptasi novel *Di Bawah Lindungan Ka'bah* (HAMKA). Menyusul akan ada *Bumi Manusia* (Pramoedya Ananta Toer), atau *Ronggeng Dukuh Paruk* (Ahmad Thohari). Film jenis ini tidak masuk kategori di sini, karena punya target pasar yang sanget spesifik dan tidak awam, dan akan menjadi kategori baru, yang lebih dekat dengan karya "terobosan", karena tidak terlalu melihat pasar arusutama. Film jenis ini membutuhkan dana yang besar karena harus membangun latar sejarah, dan dikerjakan dengan waktu yang cukup lama.

5. *Remake*, sekuel dan turunannya

Yang termasuk kategori ini adalah film-film daurulang (*remake*), sekuel (lanjutan) dan prekuel. Tentu tujuannya adalah mengulang sukses finansial dari film sebelumnya. Umumnya, film yang akan dibuatkan lanjutan atau daurulang adalah film yang dipromosikan besar-besaran, punya daya tarik bagi penonton

kebanyakan, dan tidak mengandung unsur kontroversial yang menyerang sebuah institusi. Di Hollywood, film jenis ini kebanyakanadalah laga dan komedi, serta diproduksi studio besar—dengan beberapa perkecualian film independen seperti *Four Wedding and a Funeral* (1994). Film lainnya tentu adalah film *blockbuster* yang mengeksploitasi genre yang sudah umum, seperti komedi romantis, misalnya *Notting Hill* (1999), *About a Boy* (2002) and *Love Actually* (2003). Di Indonesia, ada film daurulang *Badai Pasti Berlalu* (Teddy Soeraatmadja, 2007), dan film sekuel dari *Tarix Jabrix* (Sutradara Iqbal Rais) dan *Get Married*.

Selanjutnya, penelitian ini akan melihat pengembangan produk yang ada dalam film Indonesia sepanjang 1999-2010 secara lebih khusus. Produk-produk tersebut dilihat dalam kacamata industri film dengan melihatnya dalam konteks kegiatan ekonomi, sekalipun tidak semata-mata pendekatan finansial semata. Dalam konteks kegiatan ekonomi, maka perlu diperhatikan *return of investment* (kembalian investasi) yang mungkin dihasilkan oleh sebuah film. Dengan demikian, akan dilihat apakah sebuah film memiliki resiko investasi yang tinggi (artinya dengan kembalian finansial yang kecil atau lama) ataukah resiko investasi yang rendah (artinya dengan kembalian finansial yang cepat dan besar). Semakin sebuah film rendah dalam risiko investasi, sesungguhnya semakin kerap ia abai terhadap kemungkinan pengembangan produk yang sudah ada. Demikian sebaliknya.

Pendekatan lainnya adalah sebagai berikut: Dikatakan tingkat risiko rendah, jika produk itu sudah punya pasar yang jelas dan pasti. Misalnya, film-film sekuel atau remake dari film laris, atau film adaptasi dari novel superlaris atau dibintangi band yang punya jutaan penggemar. Sudah ada basis *captive market*. Tingkat risiko tinggi, sebaliknya, adalah film-film yang biasa dikategorikan “proyek siap rugi”, karena meretas jalan baru atau terobosan, yang bisa gagal atau sebaliknya malah untung. *Opera Jawa*, adalah sebuah film yang sebelumnya tidak bisa diprediksi pasarnya, walau pun itu *award* atau festival film, karena membuat sesuatu yang belum pernah dibikin.

Pengembangan produk dan kaitannya dengan tingkat resiko investasi dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 26

PENGEMBANGAN PRODUK FILM DI INDONESIA, 1998-2010 DAN TINGKAT RISIKO

		Rendah	Tinggi	
1	Film formulaik dan epigon	√		Film yang mengandalkan pada tema, cara tutur atau pemain yang sudah dikenal baik oleh penonton. Atau meniru keberhasilan film sejenis di pasaran.
2	Film dari buku laris, band popular, dan acara televisi terkenal (*line extension*).	√		Cirinya: ada *captive market* dari media sebelumnya
2a	Buku laris *(Cintapuccino, Ayat2 Cinta, Kambing Jantan, Laskar Pelangi, KCB, 3 Hati 2Dunia 1 Cinta*	√		*Captive market pembaca buku, Product line-extension*
2b	Karya "besar" *Di Bawah Lindungan Gie, Kabah, Sang Penari (dari Ronggeng Dukuh Paruk), Bumi Manusia*		√	Menyasar award, pasar kelas menengah yang sudah terpapar karya tersebut
2c	Film berbasis kelompok band *Kamulah Satu-satunya* (Dewa), *Tarix Jabrix* (The Changcuters), *Seleb Kota Jogja* (SKJ), *Baik-baik Sayang* (Wali), *Purple Love* (Ungu), *Generasi Biru* (Slank)	√		Captive market penggemar band ybs.
2d	Film yang diadopsi dari acara televisi *Fantasi, Kirun & Adul, Suami-suami Takut Istri, Di Sini Ada Setan The Movie*	√		*Captive market* penonton TV

		Rendah	Tinggi	
3	*Remake*, sekuel dan derivasinya: *Badai Pasti Berlalu, Jelangkung 2-3, Tarix Jabrix 2-3, Get Married 2-3*	√		Berbasis pada keberhasilan film sebelumnya
4	*Improved genre film, next generation product Petualangan Sherina, Jelangkung, AADC, CAS, Brownies, Quicke Express, Merantau*	√	√	Mencoba menjual kembali film dgn genre yang sudah ada sebelumnya, diperkenalkan pada generasi baru penonton dgn pengemasan ulang
5	Karya Terobosan: *Kala, Babi Buta, Opera Jawa, Impian Kemarau, 9808*		√	Produk yang dibuat dengan inovasi dalam tema dan cara tutur. Terkadang untuk "pasar" yang berbeda, yaitu festival film

Sumber: Tim Rumah Film

Kita bisa melihat bahwa kategori 1, 2, dan 3 relatif berisiko rendah, karena membuat produk dari sesuatu yang sudah ada pasar yang besar. Dan biasanya, sumber dananya adalah komersial. Film-film yang masuk dalam kategori ini cenderung cari aman dengan bermain-main dengan sesuatu hal yang sudah pasti ada pasarnya. Karena itu, munculnya inovasi, kebaruan, dan keragaman dalam genre, gaya, dan tema kurang bisa diharapkan dari film-film sejenis ini. film-film di ketiga kategori ini mendominasi bioskop Indonesia.

Sebaliknya, kategori 5 berisiko tinggi karena tidak punya pijakan pasar yang sudah bisa diprediksi. Pasar mereka cenderung kepada penghargaan dan festival film dunia tertentu, dengan rata-rata sumber dana non-komersial.

Kategori 4 bisa masuk ke dalam risiko tinggi dan rendah sekaligus, karena bersifat coba-coba dan produk retasan di satu sisi, namun di sisi lain mencari pasar arusutama yang menyukai

genre serupa di masa lalu, atau genre serupa pernah berjaya di jaman lampau. Pola pendanaan film ini juga menempuh jalur komersial, atau setidaknya sinergi antara sumber dana komersial dan non-komersial.

Kategori 2b adalah sesuatu yang baru di era pasca-Suharto dan belum ada bukti kegagalan atau keberhasilannya secara komersial atau pencapaian artistik yang diakui festival film atau penghargaan. Namun kami prediksi berisiko tinggi setara dengan produk terobosan, mengingat pembaca buku itu sangat terbatas—dan sumber pendanaannya bisa campuran antara komersial dan non-komersial, seperti yang terjadi pada film *Gie*, yang merupakan adaptasi dari buku harian Soe Hok Gie.

Tentu saja pemetaan di atas bukan sesuatu yang rigid. Sebuah film bisa masuk ke dalam beberapa kategori. Misalnya, *Laskar Pelangi* yang berasal dari buku laris sekaligus "modifikasi" genre anak-anak untuk generasi baru. Atau *Tarix Jabrix 2* adalah perpaduan antara daya tarik The Changcuters dengan keberhasilan film perdananya.

Untuk film-film terobosan yang mendapatkan dana non-komersial, pasarnya adalah festival film dan penghargaan tingkat dunia. Apalagi jika filmnya mendapatkan penghargaan, ikut kompetisi, atau sekadar diputar di seksi non-kompetisi pada festival film kelas A. Di dalam sebuah festival juga ada kesepakatan tak tertulis tentang tingkatan dan jenjang sebuah program. Tentu saja kompetisi jauh lebih bergengsi dari pada non-kompetisi, apalagi hanya sekadar di putar di Film Market (lokasi penjualan film yang dibuka pada saat penyelenggaraan festival) yang dianggap beberapa orang secara keliru sebagai ikut terlibat dalam festival yang bersangkutan. Dalam Festival Film Cannes, misalnya, kompetisi utama yang memperebutkan Palem Emas lebih bergengsi dari pada *Un Certain Regard*, dan *Director's Fortnight*. Di Berlinale, kompetisi utama yang memperebutkan Beruang Emas lebih terpandang dibandingkan program Panorama dan Forum. Penjenjangan festival film internasional banyak dilakukan berbagai institusi, dan umumnya

selalu menempatkan Festival Film Cannes, Venice, dan Berlinale sebagai The Best Three[87]. Salah satunya adalah PIAPF (Federasi Internasional Asosiasi Produser Film)

Dan untuk berhasil masuk Festival Film bergengsi sangat sulit. Sedikit film Indonesia yang berhasil lolos (baik dalam kompetisi atau non-kompetisi) festival film kelas A seperti Cannes, Venice, Sundance, Berlinale, dan Rotterdam—bandingkan dengan negara Asia Tenggara lainnya seperti Philiphina (film-film dari sutradara seperti Brilliante Mendoza, Lav Diaz, dan Raya Martin), Thailang (Apichatpong Weerasethakul), dan Malaysia (Yasmin Ahmad, James Lee, Ho Yuhang). Berapa banyak yang masuk di festival kelas B seperti Pusan, atau Alba? Ini adalah tantangan tersendiri bagi film-film terobosan yang tidak perlu memikirkan RoI.

Mengapa RoI berpengaruh bagi NDP atau pun kualitas produksi? Umumnya, mata rantai perfilman adalah produksi, distribusi, dan eksibisi, dan jika industri perfilmannya sehat, maka ketiganya adalah elemen yang saling terkait dan mendukung, dan selalu dijadikan satu paket (*integrated marketing strategy*) dalam upaya pemasaran film. Di Indonesia, distribusi film lokal tidak ada (akan dijelaskan di bab khusus tentang distribusi). Karena itu, semua beban dijatuhkan pada produser, dan akibatny aproduser akan berpikir secara bisnis dan marketing, dan akan berbuat yang terbaik atau termudah—tergantung perilaku bisnis masing-masing--agar setidaknya tidak rugi, dan memikirkan RoI. Maka mereka NDP pun dibuat dalam rangka logika pengembalian modal dan pencapaian keuntungan.

Dalam memenuhi RoI ini, sebagian produser mencari jalan yang memprioritaskan beberapa hal berikut:

1. Untung cepat, dengan membuat film formulaik dan epigon, dan jika perlu dengan budget yang rendah dan masa produksi yang singkat

[87] Misalnya, yang dilakukan Indie Wire di http://www.indiewire.com/festival/browse/a-z;

2. Sumber dana yang aman, termasuk *product placement* (build-in) dan lembaga donor dan *endowement* film
3. *Captive market*, yang melahirkan film-film hasil adaptasi buku laris atau sekuel, prekuel, dan *remake*.

Penutup

Sumber pendanaan sedikit banyak mempengaruhi kurang keragaman dalam produksi film Indonesia. Bagaimana pun, para produser film harus memikirkan pengembalian investasi (*RoI*) dan berupaya mendapatkan laba—minimal tidak rugi. Bisnis film yang berisiko tinggi membuat para produser mencari akal untuk menurunkan kadar risiko dengan menciptakan pengembangan produk baru yang "aman" dan sudah mempunyai pasar tersendiri, seperti film-film formulaik dan meniru (epigon), atau mengadaptasi novel laris, atau membuat sekuel dan daurulang. Hal ini berakibat pada pengulangan tema dan genre.

Sedangkan film-film terobosan, adalah film yang berisiko tinggi. Biasanya film ini melakukan eksplorasi sinematis atau pencapaian estetika tertentu. Hal ini dimungkinkan karena film-film jenis ini rata-rata mendapatkan dana dari sumber non-komersial, seperti pemberian dana dari lembaga donor atau *endowement* film, sehingga tidak terbebani untuk mengembalikan investasi dan (minimal) balik modal.

Adapun peran serta pemerintah dan pemerintah daerah sebagai pendana, masih terbilang sedikit jumlahnya. Padahal hal itu diamanatkan dalam UU Film 2009.

Teknologi

Perkembangan teknologi begitu pesat di era digital, dan tentunya mempengaruhi Industri perfilman dunia, termasuk Indonesia. Teknologi adalah semacam senjata dan selongsong peluru bagi para sineas untuk berkarya. Pemakaian teknologi ini mencakup semua level produksi, yaitu dalam sinematografi

(kamera, lampu), tata suara, hingga editing (gambar dan suara), *mixing* dan *printing* serta penggandaan.

Terkait dengan teknologi, UU Perfilman No. 8/1992, khususnya pasal 18, menyatakan "usaha jasa teknik film" meliputi:

a) Studio pengambilan gambar
b) Sarana pembuatan film
c) Laboratorium pengolahan gambar
d) Sarana penyuntingan gambar
e) Sarana pengisian suara film
f) Sarana pemberian teks film
g) Sarana percetakan/penggandaan film
h) Sarana lainnya yang mendukung pembuatan film

UU Film 2009 pasal 23 juga tidak jauh berbeda[88].

Di Indonesia, Perusahaan Film Negara (PFN), yang kemudian berubah menjadi Perusahaan Produksi Film Negara (PPFN) adalah perusahaan tertua yang menangani pasca-produksi. Sayangnya, waktu itu, mereka masih terbatas pada bentuk film hitam putih, akibatnya, banyak produksi film Indonesia dilakukan di luar negeri (Irawanto: 2004, hal 24-25). Pada 16 Maret 1976, berdirilah perusahaan laboratorium film berwarna pertama yang dirintis Njoo Han Siang, PT Interstudio. Pada 1970an, saat jumlah produksi mencapai 100 judul per tahun, perusahaan ini melayani dalam tiga giliran. Dan dalam perkembangannya, tahun 1995 ia telah mendapatkan sertifikasi dengan nilai "A" (excellent) dari Kodak (Irawanto: 2004, hal 25).

Masalahnya, tak semua pembuat film Indonesia percaya atas kerja Interstudio. Salah satu yang percaya adalah Teguh Karya yang melakukan semua processing film *Di Balik Kelambu* (film terbaik FFI 1984) di sana.

[88] Periksa: http://ppid.polri.go.id/upload/files/UU%20RI%20Nomor%2033%20Tahun%20 2009.PDF. Diakses pada 11 Juli 2011.

Satu perusahaan terkait lainnya adalah Mitra Film Lab[89]. Institusi ini juga mendapatkan pengakuan dari Kodak.

Kamera dan Bahan Baku

Tentu saja seluloid 35mm masih merupakan pilihan utama, bila anggaran mencukupi Umumnya, bahan baku film 35mm adalah Fuji dan Kodak. Hingga saat ini, tidak ada yang mampu mengimbangi mutu dari film seluloid 35mm. Alternatif lainnya yang lebih murah adalah film seluloid 16mm. Tapi, perkembangan pembuatan film digital sudah begitu pesat, sehingga ada kamera digital—seperti 5D dan 7D—yang mendekati "*film look*". Film bioskop Indonesia pertama yang memakai teknologi digital adalah film *Puisi yang Tak Terkuburkan* (sutradara Garin Nugroho, 1999), disusul *Jakarta Project* (sutradara Indra Yudhistira Ramadhan, 2000). Film *Puisi* direkam dengan video digital dan hasilnya dipindah ke pita seluloid, dan hal ini membuat ongkos produksi jauh berkurang. Proses pemindahan dari video ke pita seluloid ini disebut dengan kinetransfer. Sayangnya, kinetransfer masih harus dilakukan di luar negeri.

Dalam keterangan di www.filmindonesia.or.id, film *Puisi* diambil dengan kamera video betacam digital selama enam hari di sebuah studio di daerah Depok. Gambar video itu kemudian ditransfer ke film di laboratorium Cineric Inc, New York. "Cara ini boleh dikatakan pertama kali dilakukan di Indonesia. Sebuah cara untuk menghemat biaya, di samping memang ada kebutuhan estetiknya, yaitu shot-shot yang panjang (lebih dari 10 menit), yang tak mungkin dilakukan dengan kamera film biasa.[90 91]"

Sebagai gambaran, tujuh film dari Miles Productions menggunakan film 35mm. Beberapa film yang memakai bahan baku film 16mm antara lain *Untuk Rena*.

Beberapa film menggunakan Digital Betacam seperti *Andai Ia Tahu, dan Vina Bilang Cinta* (sutradara Indra Yudhistira). *Eliana*

[89] Periksa http://motion.kodak.com/motion/uploadedFiles/mitraIndonesia.pdf
[90] Periksa: http://filmindonesia.or.id/movie/title/lf-p019-99-719188/puisi-tak-terkuburkan
[91] Periksa: http://filmindonesia.or.id/movie/title/lf-p019-99-719188/puisi-tak-terkuburkan

Eliana (sutradara Riri Riza) dan *Rumah Ketujuh* (sutradara Rudi Soedjarwo) memakai video yang kemudian ditransfer ke medium film (popular dengan sebutan di-*blow up*) ke film 35mm. Tentu saja penggunaan kamera digital memberikan peluang bagi sutradara dan sinematografer untuk mengeksplorasi kamera lebih jauh. Awi Suryadi, misalnya, menggunakan Sony Digital Betacam, Panasonic Varicam, Sony Cinealta F900, Canon XLH1, Sony EX3, Sony F32, Panasonic P2HD yang merupakan kamera-kamera video yang mudah ditransfer ke hard disk untuk pengerjaan editingnya.

Tata Suara

Ada pemeo yang menyatakan: Film adalah 80% *sound*. Karena itu, tata suara adalah salah satu elemen terpenting, walau tidak sedikit yang menganggapnya sebelah mata. Pada pertengahan 1990-an, film-film Hollywood sudah memakai Dolby Stereo, dan film Indonesia masih saja mono (Irawanto:2004, hal 26). Hal ini sangat signifikan karena penonton kemudian lebih suka menonton film Hollywood di bioskop daripada film lokal (*ibid*).

Mengenai teknologi tata suara (*sound*), Miles Films memakai stereo biasa (SR) untuk *Petualangan Sherina* (Sutradara Riri Riza, 1999). Dolby pertama kali dilakukan Miles Films untuk *Ada Apa dengan Cinta* (sutradara Rudi Soedjarwo, 2001) dengan proses di Sydney, Australia. *Gie* (sutradara Riri Riza, 2004) adalah film Miles yang pertama kali memakai Dolby Digital. Mengapa harus diproses di luar negeri? Mira Lesmana menegaskan bahwa Di Indonesia belum ada yang memegang ijin Dolby *mixing* karena itulah proses dilakukan di luar negeri. "Ini dilakukan karena harus mengikuti kriteria ketat yang diterapkan Dolby, misalnya soal peralatan dan ukuran". Belakangan, teknologi bisa dikejar perlahan-lahan. *Rumah Dara* (sutradara Mo Brothers) memakai teknologi *surround sound*, dan *optical sound transfer* dilakukan di Technicolor, Bangkok, Thailand. Sedangkan Awi Suryadi memakai *stereo, ultra stereo*, dan *dolby digital*.

Tahapan pasca-produksi adalah langkah terakhir produksi. Ini menyangkut *negative cutting, monitoring dolby, optical transfer, grading*, dan cetakan pertama sebuah film. Beberapa film Indonesia melakukan pos-produksinya di luar negeri. Beberapa tempat yang biasa menjadi tempatnya adalah Adlabs (Sydney) Digital Magic[92] (Hong Kong), Prasad[93] (Cennai), dan Technicolor[94] (Bangkok).

Tabel 27

STUDIO PASCA PRODUKSI LUAR NEGERI YANG DIPAKAI SINEAS INDONESIA 1998-2009

No	Nama studio	Kota	Contoh Film
1	Adlabs	Sydney	Ada Apa dengan Cinta, Rumah Ketujuh
2	Digital Magic	Hong Kong	Andai Ia Tahu, Vina Bilang Cinta
3	Prasad	Cenai	Tarzan Ke Kota
4	Technicolor	Bangkok	Garasi, Sang Pemimpi, Rumah Dara
5	Shaw Brothers Studio	Hong Kong	Minggu Pagi di Victoria Park
6	Infinite Frameworks	Singapura	Rumah Dara

Sumber: Tim Rumah Film

Film *Andai Ia Tahu dan Vina Bilang Cinta*, dilakukan di Digital Magic Hongkong, sedangkan *Biarkan Bintang Menari* di Adlabs Sydney.

Untuk kasus Miles Films, *Ada Apa dengan Cinta* dan *Rumah Ketujuh*, juga dikerjakan di Sydney. Namun, mulai *Garasi* hingga *Sang Pemimpi*, diproses di Bangkok. Hal ini dikarenakan biaya yang sangat mahal jika dikerjakan di Australia, khususnya *negative cutter*. Itu terjadi karena sistem perburuhan di sana. Kerja lembur dikenai biaya tambahan. Berbeda dengan Bangkok yang bisa dinegosiasi dengan sistem paket, hingga bisa jam kerja bisa hingga pukul dua dini hari.

92 Lamn resminya: http://www.digitalmagic.com.hk/
93 Laman resminya: http://prasadlab.com/
94 Laman resminya: http://www.technicolor.com/en/hi/advertising/commercials/film-lab

Untuk film *Rumah Dara*, online editing (HD kine, *color correction*) di Infinite frameWorks, Singapore. Sementara *final grading* dan *film transfer* di Technicolor, Bangkok. Sedangkan *Minggu Pagi di Victoria Park* (Lola Amaria, 2010) dilakukan di Shaw Brothers Studio, Hongkong.

Tapi sebenarnya, Digital transfer dan pekerjaan *online post-production* yang lain sudah bisa dilakukan di Jakarta ternyata dan hasilnya juga cukup memadai. Termasuk kopi print. *Babi Buta*, misalnya, seluruh proses pasca-produksi (kecuali *Sound*) dikerjakan di Jakarta, yaitu di Mitra Lab dan Interstudio. Bahkan, *Bunian*, sebuah horor independen, seluruh pasca-produksinya, baik editing dengan software Final Cut Pro atau *sound*, dikerjakan di laptop sutradaranya.

Yang hingga kini belum bisa diatasi adalah tata suara, khususnya *Dolby mixing*. Bila ingin mendapatkan efek dolby di dalam film. Negara terdekat yang bisa melakukannya adalah Thailand (Bangkok). Untuk kasus film *Babi Buta*, cetak *sound* di Hong Kong, dengan mengirimkan *hard disc* ke sana. Dalam kasus *Rumah Dara*, *pre mix & sound design* dilakukan di studio Crossfade Jakarta. Tetapi Final Mix Dolby 5.1 *surround sound*, dan *optical sound transfer*, dilakukan di Technicolor,Bangkok.

Digital atau Seluloid?

Pertanyaan ini acap muncul khususnya berkaitan dengan pilihan sinematis dan pengaturan budget. Banyak sutradara dan sinematografer Indonesia yang masih memakai seluloid dengan pertimbangan sinematis, dengan menganggap bahwa digital kurang mampu mengakomodasi visi artistik sang sineas.

Sinematografer dan sutradara Yadi Sugandi[95] menyatakan bahwa pemilihan teknologi bahan baku digital terutama berkaitan dengan rasionalisasi budget, kecepatan kerja (*workflow*) dan sistem kerja yang lebih ekonomis. Ia mengambil ilustrasi, satu

---

[95] Wawancara 24 Agustus 2011.

kaleng film 35mm sekarang berharga seputar kisaran Rp 2 juta, dan umumnya satu produksi memerlukan sekitar 150 hingga 200 kaleng —dalam beberapa kasus, seperti *Di Bawah Lindungan Kabah* (sutradara Hanny Saputra, 2011) mencapai 700 kaleng. Akibatnya, biaya produksi, hanya di sisi bahan baku saja, sudah tinggi. Ditambah lagi dengan harga perak dunia yang semakin naik hampir setiap hari dan mempengaruhi harga seluloid. Karena itulah, kompromi diperlukan. Bagaimana dengan visi estetis sutradara? Mampukah kualitas teknologi digital mendekati seluloid?

Yadi menyatakan bahwa, jika disuruh memilih, tentu semua orang akan memilih film sebagai bahan baku. Namun, ia mempunyai beberapa pertimbangan:

1. Pertimbangan konteks. Secara teknis, film sekarang tidak banyak pekerjaan berat di pasca produksi. Seandainya perlu banyak diperbaiki lagi (*touch-up*) dalam proses pasca-produksi, maka penggunaan film seluloid jatuhnya akan jauh lebih mahal.

2. Pertimbangan teknologi. Sekarang adalah masanya penggunaan teknologi digital. Yadi teringat ucapan Steven Spileberg sekitar 10 tahun lalu, saat ia menyatakan bahwa dia yang akan menjadi pengguna digital yang terakhir kali. Tapi, sekarang ia pengguna Panavision;

3. Pertimbangan proteksi. Dalam sebuah seminar di Bangkok, 2007,disimpulkan bahwa pemakaian digital lebih efektif untuk memproteksi produk dari pemalsuan dan pembajakan, karena dikirim melalui satelit. Sementara, dengan seluloid, film akan mudah dibajak;

4. Pertimbangan perkembangan kecanggihan teknologi. Penonton, di bioskop, tidak banyak yang sadar apakah film yang mereka tonton berbahan baku seluloid atau digital. Bahkan, dalam banyak kasus, bahkan sang sineas tidak banyak sadar tentang perbedaan ini. Hal itu disebabkan

karena kecanggihan kamera seperti Alexa atau Red Cam yang membuatnya mendekati "film look". Dalam hal ini, apa pun bahan bakunya, maka perlu diperhatikan elemen-elemen seperti look, komposisi, pencahayaan, dan akting yang baik;

5. Pertimbangan ekonomis. Seperti disebutkan di bagian "produksi", para investor tentu menginginkan *return of investment* alias balik modal, seperti yang dijelaskan di atas. Dan para produser juga akan berpikir masak-masak untuk mendapatkan untung (atau tidak terlalu rugi), hingga tetap mendapatkan kepercayaan dari para investor, dan bisa membuat film berikutnya. Sehingga logika membuat film yang baik, dalam kaitannya dengan produksi, menurut Yadi, adalah: perhatikan konten, bikin film dengan prosedur yang baik dan disukai masyarakat, dan produser terus memproduksi film-film selanjutnya.

Berkaitan dengan distribusi dan eksibisi, dengan semakin banyaknya bioskop yang mempunyai proyektor digital, hingga tidak perlu lagi produk berbahan baku seluloid, atau harus melakukan proses *blow up* dari digital ke 35mm lagi. dan tidak diperlukan kopi-kopi selanjutnya karena hanya tinggal menggandakan secara digital. Dan, nantinya, tidak ada lagi yang namanya Kopi A kopi pertama sebuah film, karena semua *copy* adalah Kopi A.

Sebagai ilustrasi, berkaitan dengan pertimbangan estetis-teknis ini, sutradara Kimo Stamboel membagikan beberapa pertimbangan yang dianggapnya penting sehubungan dengan pilihan-pilihan teknis dalam pembuatan film yang ia sutradarai bersama dengan Timo Yahya, *Rumah Dara* (Mo Brothers, 2009). Dalam film ini, sutradara "Mo Bersaudara" ini memakai film format Super 16mm. Pilihan ini diambil, menurut salah satu sutradaranya, Kimo Stamboel, karena beberapa pertimbangan:

- *Directors treatment*

  Mo Brothers memutuskan agar film ini dibuat dengan karakteristik yang cukup kasar (*rough*), dan bila ada gambar yang indah (*beauty shoot*) mempunyai tetap memiliki karakter yang cukup mewah sekalipun masih ada *old feeling*-nya. Pilihan gambar seperti ini diharapkan sesuai dengan tema filmnya, yaitu film *thriller* atau bahkan slasher yaitu film menegangkan yang dipenuhi oleh adegan-adegan kekerasan berupa pemotongan bagian tubuh manusia.

- Anggaran

  Film ini sesungguhnya akan ideal jika menggunakan materi film 35mm, tetapi hal itu tak dimungkinkan karena sangat mahal bagi anggaran mereka. Pada waktu itu satu kaleng film 35mm (berdurasi sekitar 6 menit), sekitar Rp 2 juta, sedangkan Super 16mm, satu 1 kaleng (durasi sekitar 9 menitan) harganya berkisar Rp 1 jutaan. Jadi, mereka mendapat *feel* dari karakteristik Film 35mm tapi lebih murah.

- Teknis

  Pada saat itu, ongkos syuting dengan kamera digital *hi-definition* (HD) hampir sama dengan harga syuting dengan menggunakan film Super 16mm. Namun setelah membahas dengan *Director of Photography* (DoP) dan juga orang post production, film masih mempunyai *range* warna yg lebih baik.

  Dan kalau syuting dengan kamera digital, karakteristik gambar yang kasar (*rough*) jadi hilang dan hal ini tidak sesuai dengan konsep *treatment* Mo Brothers. Namun dengan menggunakan media film, waktu dan juga *stock* gambar yang akan diambil jadi terbatas, semakin banyak kaleng film terpakai, semakin mahal juga biaya produksi.

Tentu saja kamera yang dipakai harus disesuaikan dengan bahan bakunya. *Bunian* (2002) menggunakan bahan baku MiniDV dan

2 kamera: Sony Handycam dan Canon xl1. *Rumah Dara*, yang berbahan baku Super16mm, memakai kamera Arri 416.

Demokratisasi dan Keragaman dalam Produksi

Di sisi lain, penggunaan teknologi digital dalam pembuatan film akan membuat sineas lebih mudah untuk mengeksplorasi berbagai pilihan estetis, tema, genre, dan sebagainya. Artinya, pemakaian teknologi digital berpeluang untuk membuka potensi keberagaman yang lebih banyak lagi dalam industri perfilman Indonesia.

Hikmat Darmawan menulis bahwa hal yang menonjol dalam 10 tahun terakhir di dunia perfilman internasional adalah pembuatan film secara digital, yang membuka pintu sangat lebar bagi demokratisasi seni dan industri film dunia[96]. Dan moda estetika film digital-murah ini terlihat kuat pada film-film Cina dari para pembuat film "angkatan keenam" (pasca-Zhang Yimou) dan film-film Asia Tenggara (Thailand, Malaysia, Singapura, Filipina), yang seolah mendapat kebebasan tematik karena kemudahan yang diberikan oleh pembuatan film digital[97]. Hikmat menulis:

> "Dengan kamera digital, dan moda pembuatan film yang semakin mudah dan murah, menguatlah diversifikasi dan pluralisme sudut pandang dalam film dunia. Dengan kamera digital pula, yang Pinggiran bisa menyatakan diri, menjadi Pusat baru, sehingga saat ini terdapat banyak Pusat dalam Film Dunia. Hal ini sangat dimungkinkan karena kamera digital lebih leluasa dibawa ke pojok-pojok dan berbagai pelosok dunia kontemporer yang sebelumnya tak tersentuh moda produksi film yang sangat mahal dan sulit"[98]..

[96] Silahkan periksa: http://new.rumahfilm.org/artikel-feature/100-film-terbaik-dekade-2000-2009-dan-kenapa-avatar-atau-trilogi-lords-of-the-ring-tidak-kami-pilih/. Diakses 24 Agustus 2011

[97] Cek: http://new.rumahfilm.org/artikel-feature/100-film-terbaik-dekade-2000-2009-dan-kenapa-avatar-atau-trilogi-lords-of-the-ring-tidak-kami-pilih/. Diakses 24 Agustus 2011

[98] Silahkan periksa: http://new.rumahfilm.org/artikel-feature/100-film-terbaik-dekade-2000-2009-dan-kenapa-avatar-atau-trilogi-lords-of-the-ring-tidak-kami-pilih/. Diakses 24 Agustus 2011

Tapi, menurut Yadi, ada kelemahan tersendiri dalam digital *filmmaking:* kurang tersaringnya tenaga-tenaga yang baik untuk mengoperasikan bidang sinematografi. Siapa saja yang punya duit bisa membuat film dan diputar di bioskop. "Sekarang, siapapun bisa menjadi *director of photography* dan sutradara", ujar Yadi. Sementara, dulu, perlu 10-15 tahun untuk menjadi seorang DoP yang mumpuni dalam mengoperasikan teknologi pembuatan film. Kini, saringannya adalah masyarakat yang menonton.

Penutup

Teknologi adalah elemen penting. Dan para pembuat film Indonesia juga mengikuti perkembangan teknologi media, misalnya dengan penggunaan kamera digital. Hal ini, seharusnya, berpengaruh pada eksplorasi kreasi dan ongkos produksi, yang berujung pada keragaman genre, tema, dan gaya, dan pilihan estetika dan cara bertutur. Penguasaan teknologi digital yang baik akan membuat sebuah karya mendekati "film look" yang tidak bisa dibedakan oleh penonton dan bahkan para sineas.

Sayangnya, proses kinetransfer dan tata suara belum bisa dikerjakan sepenuhnya di Indonesia. Apalagi kalau berkaitan dengan pemakaian Dolby dan turunannya, yang membutuhkan lisensi tersendiri dari pusatnya.

Visi dan misi sutradaranya terkongretkan karena pemakaian teknologi yang sesuai. Pendanaan pun, walau masih menjadi salah satu kendala produksi, diperlukan untuk merealisasikan gagasan sinematik pembuat film. Tetapi, sesungguhnya SDM adalah otak di balik itu semua. Tanpa SDM yang baik, sehebat apapun teknologi dan sebanyak apapun modal, tidak bakalan bisa membuat film yang berkualitas.

BAB IV

Hilangnya *Booker* dan *Broker*: Seni yang Tak Tampak Pada Distribusi Film di Indonesia

Tinjauan Umum Model Bisnis: Kasus Amerika Serikat

Perlu ditekankan terlebih dahulu, bahwa bab ini secara khusus bertolak dari hipotesa bahwa mekanisme distribusi film arusutama di Indonesia dewasa ini adalah semu. Jika dalam mekanisme distribusi terdapat unsur transaksi terbuka dan tawar menawar, maka dapat dikatakan bahwa yang terjadi di Indonesia bukanlah distribusi, melainkan ekspedisi. Hal ini terjadi karena jalur pasar hingga ke ujungnya (eksebitor) telah dikuasai oleh pihak yang sama/tumpang tindih, sehingga terjadi kecenderungan monopoli/ologopoli yang kuat. Maka yang perlu diselidiki adalah kronologi dan prosesnya, sehingga bab ini lebih banyak membahas distribusi film Indonesia dari perspektif kronologi sejarahnya. Namun terlebih dahulu kita akan melihat dasar-dasar yang dapat disepakati tentang apa yang membentuk industri distribusi, disertai model industri yang selama ini menjadi kiblat, yaitu Hollywood.

Distribusi film adalah sebuah “seni yang tak tampak”,[99] karena sepenuhnya berjalan di belakang layar, jauh dari hiruk pikuk produksi dan sorotan publik di tahap eksibisi. Namun mekanisme distribusi tetaplah merupakan satu dari tiga unsur

[99] Situs ensiklopedi daring British Film Institute, http://www.screenonline.org.uk/film/distribution/distribution1.html

tak terpisahkan dari kegiatan ekonomi film, yaitu produksi-distribusi-konsumsi.

Distribusi memastikan mekanisme pasar berjalan, karena hanya lewat peran distribusilah terjadi arus barang dan jasa, dengan asumsi distribusi terjadi di sebuah pasar yang terbuka. Berbeda dari barang dan jasa lain, film sebagai komoditi memiliki sifat yang khas:

[1] dari produsen (yaitu produser film), benda produksi hanya berupa satu kopi film asli ("kopi A"), dan jumlah penggandaan ditentukan oleh distributor sebagai pihak yang melakukannya berdasarkan analisa mereka terhadap pasar.

[2] film tidak dijual dalam bentuk barang, tetapi dalam bentuk hak eksploitasi terhadapnya, sehingga;

[3] film memiliki daya tahan yang berbeda-beda untuk tetap bisa dieksploitasi di pasar, sehingga tugas distributor antara lain adalah memastikan daya tahan film yang dipasarkannya.

Dengan tugas seperti itu, maka pertimbangan distributor untuk menentukan jumlah kopi antara lain adalah pangsa pasar, lokasi penayangan, waktu rilis, hingga analisa kekuatan produk/filmnya sendiri. Pihak distributor mengadakan kesepakatan lagi dengan berbagai pihak di sisi hulu dan hilirnya untuk menentukan mekanisme eksploitasi karya film sehingga hasilnya bisa menguntungkan semua pihak. Selain pasar utama yang berupa bioskop, film juga memiliki potensi pasar yang berbeda dalam bentuk pasar sekunder, yaitu TV, VCD/DVD, penayangan di penerbangan komersial, dan lain sebagainya. Sekali lagi, hak untuk mengelola eksploitasi film ada di tangan distributor, dengan metode yang disepakati.

Umumnya, distributor membeli hak eksploitasi dari produser film dengan kemungkinan satu dari tiga mekanisme, yaitu [1] *sistem beli putus*, [2] *komisi setelah menjualkan*, atau [3] *bagi hasil* (*profit sharing*). Pada gilirannya, cara menjual hak tayang film ke pihak ekshibitor/bioskop juga dapat dilakukan dengan

beberapa kemungkinan, yaitu [1] *harga pasti* (umumnya lewat pelelangan), atau [2] *bagi hasil*. Dalam situasi pasar yang terbuka, umumnya diadopsi sistem bagi hasil. Selain berfungsi sebagai sarana membangun hubungan jangka panjang dalam pasar, bagi hasil juga memastikan masing-masing pihak menerima risiko yang terukur sesuai porsinya.

Risiko yang ditanggung pihak distributor diimbangi lagi dengan penentuan syarat-syarat bagi hasil yang umumnya memprioritaskan pihak distributor terlebih dahulu. Sebagai contoh, kesepakatan dengan eksebitor biasanya mengutamakan potongan untuk distributor terlebih dahulu. Pihak teater/bioskop umumnya hanya bergantung kepada lamanya siklus film yang telah mereka beli hak tayangnya. Pendapatan distributor tahap awal diraup dari memotong pendapatan bisokop. Baru setelah itu dibagi dengan produser film sesuai perjanjian. Maka tidak heran jika pada gambaran besarnya, pendapatan produser dari film yang dihasilkannya secara persentase cukup kecil (Bordwell dan Thompson, 2005. Hal. 13).

Posisi distributor yang memang berkonsentrasi pada pengamatan pasar membuat mereka memegang daya tawar yang cukup kuat. Namun biasanya diimbangi pula dengan kesediaan pihak distributor mengambil risiko yang porsinya cukup besar pula atas segala proses eksploitasi film tersebut. Distributor menanggung semua biaya untuk penggandaan kopi film, biaya promosi dan juga harus mengatur jadwal rilis film. Demi dapat menanggung segala risiko biaya ini, kerapkali perusahaan distribusi merupakan perusahaan-perusahaan besar yang mapan.

Sebagai *powerhouse* yang kuat, perusahaan-perusahaan distribusi film bisa dipandang sebagai yang paling diuntungkan, sehingga kadang muncul anggapan bahwa distributor tidak lain dari biang penyedot pendapatan produser. Di AS, rata-rata studio besar yang berlaku sebagai produser juga memiliki anak perusahaannya sendiri yang bergerak di bidang distribusi. Namun hal itu tidak menyebabkan terjadinya penguasaan pasar yang monopolistik/oligopolistik, karena rantai kepemilikan itu

diputus secara hukum, tidak boleh mencakup lini eksebitor. Dan semua itu ada sejarahnya.

Sejarah perfilman AS tidak bersih dari usaha-usaha praktik penguasaan pasar yang mengarah ke monopoli, tetapi selalu ada perlawanan yang bergerak secara strategis, dan perlawanan itu selalu mencakup aspek distribusi. Yang pertama tercatat adalah perlawanan terhadap Thomas Alva Edison dengan perusahaan raksasanya, *Motion Pictures Patents Company* (MPCC) di awal abad ke-20.

Saat itu, MPPC hendak memonopoli seluruh aspek industri film, dari produksi, distribusi hingga eksebisi –bahkan hingga ke hak paten bahan mentah film. Ekspansi yang ganas itu lantas dilawan dengan "hijrah"-nya para pembuat film kecil ke sebuah wilayah Kalifornia Selatan yang bernama Hollywood. Di sanalah pertama kali para pembuat film yang memberontak meletakkan dasar-dasar infrastruktur industrinya sendiri, sejauh mungkin dari "gurita" Edison. Dalam segi distribusi, momen penting terjadi pada tahun 1909, ketika Carl Laemmle, seorang distributor film, melawan MPCC di persidangan, dan berujung pada dikucilkannya Laemmle dari struktur distribusi film-film Edison. Sebagai reaksi, Laemmle mendirikan *Independent Motion Picture Company* (IMP) dan mulai memproduksi dan mendistribusikan sendiri film-filmnya, termasuk juga membeli film dari rumah produksi lain untuk didistribusikan. Sementara itu, MPPC akhirnya terkena batunya karena terlalu "serakah" mengejar hak atas paten material film, dan dihentikan oleh pemerintah lewat UU Anti-Monopoli Sherman (Sherman Antitrust Act) pada tahun 1915.[100] MPPC sendiri akhirnya dibubarkan pada tahun 1918.

Perlawanan kedua terjadi ketika para produser "independen" itu telah bertransformasi menjadi studio-studio raksasa yang menggurita. Inilah era yang dikenal sebagai Sistem Studio. Bersama dengan IMP, berdiri juga Universal Studios, Paramount, Fox Film Corporation, United Artists, Warner Brothers, MGM dan Columbia. Studio-studio itu melakukan penguasaan jalur-

[100] Kasus Mahkamah Agung AS bertajuk U.S. v. *Motion Picture Patents Co*., nomor perkara 225 F. 800 (D.C. Pa. 1915)

jalur vital industri dengan cara memiliki sendiri rumah produksi, perusahaan distribusi sampai bioskopnya. Sebuah integrasi vertikal yang secara sempurna menutup jalur bagi pemain lain. Ironis bahwa pada akhirnya praktik yang mereka lakukan tidak jauh berbeda dari yang dilakukan oleh raksasa yang dulu mereka tentang.

Akibatnya, produser film lain di luar struktur oligopoli itu tersingkirkan. Bersama-sama, dengan membentuk *Society of Independent Motion Picture Producers* (SIMPP), para pembuat film dari Charlie Chaplin, Walt Disney, hingga Orson Welles membentuk sendiri jaringan distribusi yang bebas. Pada kurun waktu yang sama, pemerintah AS turun tangan. Dengan tuduhan praktik monopoli dan bisnis tidak sehat, pemerintah menjatuhkan keputusan yang sangat menentukan dalam industri film AS: studio produksi-distribusi tidak diperkenankan lagi memiliki bioskop sendiri. Keputusan yang dijatuhkan pada tahun 1948 ini dikenal dengan Vonis Paramount, mewakili nama studio yang menjadi tersangka utamanya.[101]

Vonis itu menjadi tonggak penting kebebasan pembuat film di AS dalam berkarya dan mendistribusikan film. Sejak itu, lahan pasar terjaga dalam takaran yang tepat, dan penguasaan yang ekspansif dibatasi. Maka sejak itu pula, inovasi dalam metode produksi-distribusi mulai bermunculan, antara lain seperti yang dilakukan Sam Spiegel di tahun 1950, yaitu dengan menjual hak edar internasional film *The African Queen* ke perusahaan distribusi Inggris, *Romulus Films*, Ltd. untuk membiayai pembuatan filmnya sendiri (Huston, 1980. Hal.187). Produser dan distributor independen bermekaran sambil saling mendukung mencari pasar, terutama dalam bentuk bioskop yang secara struktur telah dipecah sebagai mata rantai tersendiri, sesuai dengan ketentuan Vonis Paramount. Seiring pemekaran produser dan pembentukan pasar-pasar baru, dengan sendirinya variasi dan keragaman film menemukan lahan yang subur untuk tumbuh, tanpa melupakan aspek bisnisnya. Hingga kini, proses memapan

[101]Kasus Mahkamah Agung AS bertajuk *United States v. Paramount Pictures, Inc. et al*.dengan nomor kasus 334 US 131 (1948)

dan mengerasnya industri secara terus menerus dipertanyakan dan dilawan melalui gerakan-gerakan yang terstrategis secara kultural-ekonomi, seperti New Hollywood, Sundance dan sebagainya.

Kondisi Indonesia: Kronologi Singkat

Di Indonesia, industri distribusi film berjalan dalam kondisi pasar yang terbilang jarang transparan, kecuali pada masa AMPAI (pra Orde Baru) yang menjalankan sistem pasar terbuka. Memasuki era Orde Baru, upaya tata niaga di tingkat impor dan pembelian film kerap berlangsung tanpa transparansi yang bisa teramati oleh publik. Di level peredaran tingkat bawah pun, medan usahanya dikuasai oleh “raja-raja kecil” yang sangat berkepentingan menjaga suasana pasar yang tidak transparan. Lalu apa kondisi terkininya?

Secara *de facto*, di Indonesia dewasa ini hanya ada dua entitas yang bermain dalam industri film, yaitu produser dan importir –keduanya dihitung sebagai pemilik film– dan yang kedua adalah bioskop. Badan khusus yang bergerak di bidang distribusi/pengedar praktis tidak terdengar. Hal ini terjadi karena kepemilikan perusahaan yang bergerak di bidang impor dan penayangan film berhulu pada kelompok yang itu-itu juga, atau minimal dalam bentuk kongsi yang informal dan tertutup sehingga sulit dibuktikan secara hukum. Dengan sendirinya, pada jalur distribusi terjadi mekanisme “potong kompas “. Bisa dibilang, distribusi film berjalan secara internal.

Akibatnya, entitas kompleks yang terdiri dari importir-distrubutor-ekshibitor (dalam tulisan ini digunakan istilah *distribution-exhibition complex*) membuat produser film nasional harus berhadapan sendirian dengan satu badan raksasa yang menentukan hidup mati dari film produksinya. Mira Lesmana[102] menyatakan bahwa nyatanya produser film di Indonesia menanggung sendiri semua risiko produksi dan penayangan

[102]Wawancara Mira Lesmana, 2011.

film-filmnya, termasuk biaya promosi dan penggandaan. Hal ini berkebalikan dengan model AS di mana biaya-biaya tersebut ditanggung oleh pihak distributor.

Sementara itu, pihak penayang di Indonesia bebas menentukan apakah bersedia menayangkan atau tidak berdasarkan pertimbangan-pertimbangan internal, dan jika bersedia, penayang tinggal meraup hasilnya. Ibaratnya, produser harus berani menceburkan produknya dalam sebuah telaga yang keruh tanpa kepastian, sementara pemilik telaga memiliki perangkat khusus untuk melihat dalam kekeruhan, dan hanya dia yang memilikinya. Dalam hal ini, produser seringkali tidak punya pilihan, karena pihak penayang menempati posisi yang terlalu kuat. Di mana lagi film para produser ditayangkan jika tidak di tempat mereka?

Dari situ tampaknya jelas ada gejala monopoli yang tidak sehat. Namun ketika perkara ini dilaporkan ke Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) oleh LSM *Monopoly Watch* pada tahun 2002, tuduhan itu tidak terbukti di mata hukum, karena tidak ada bukti-bukti yang secara sah dan meyakinkan adanya monopoli.[103] Hal ini akan dibahas lebih lanjut dalam bagian lain tulisan ini.

Meskipun sama-sama berjalan dalam kondisi relatif tidak transparan, pola distribusi yang sekarang sangat berkebalikan dengan dinamisnya industri distribusi film Indonesia pada masa sebelum Orde Baru hingga menjelang akhir era Orde Baru. Saat itu kondisi industri distribusi di Indonesia dapat dikatakan masih bebas. Namun terdapat beberapa ciri khas industri distribusi film di Indonesia:

1 adanya pengelompokan para pelaku industri yang diatur oleh negara sebagai bagian dari mekanisme korporatisme-negara, yang nanti akan dibahas lebih jauh;

[103]Putusan KPPU No. 05/KPPU-L/2002 Cineplex 21

2 kondisi pasar yang kurang transparan, sehingga memunculkan praktik-praktik adaptasi yang merugikan secara jangka panjangnya, seperti jual beli putus dan kemitraan tertutup.

Meskipun demikian, pada umumnya distributor kala itu masih dapat melakukan kesepakatan bebas dengan produser dan bioskop untuk mengedarkan film-film yang dibeli hak tayangnya. Namun demikian, permasalahan kacaunya distribusi tetap menjadi batu sandungan perfilman nasional. Dari catatan jurnalis Yan Widjaya, terlihat bahwa mayoritas film nasional yang telah selesai diprodukai namun gagal terbit, rata-rata disebabkan oleh permasalahan distribusi sehingga gagal tayang. Berikut ini adalah film yang telah rampung namun gagal beredar, menurut catatan Yan Widjaya.

Tabel 28
FILM-FILM SELESAI YANG GAGAL EDAR KURUN WAKTU HINGGA 1998

Judul Film	Tahun	Penyebab Gagal Edar
Hampir Malam di Jogja	1951	Dibatalkan peredarannya oleh produser
Romusha	1972	Ditahan Deppen
Mayat Cemburu	1973	Distribusi
Walang Kekek	1974	Sengketa distribusi
Dewi	1974	Masalah internal rumah produksi
Donat Pahlawan Pandir	1977	Masalah internal rumah produksi
Gara-gara Gila Buntut	1977	Masalah internal rumah produksi
Para Perintis Kemerdekaan	1977	Distribusi
Jembatan Pertemuan	1977	(belum ada data)
Kelabang Hitam	1977	(belum ada data)
Mandau dan Asmara	1977	Produksi tidak sempurna
M-5 Menantang Maut	1978	Distribusi
Jaringan Antar Benua	1978	Distribusi
Senja di Pulo Putih (Penghancuran Sarang Sindikat)	1978	Distribusi

Wadam	1978	Produksi tidak sempurna
Warok	1978	(belum ada data)
Sinila (Peristiwa Gunung Dieng)	1979	(belum ada data)
Cita Pertiwi	1980	(belum ada data)
Hadiah buat Si Koko	1980	(belum ada data)
Juara Cilik	1980	(belum ada data)
Orang-orang Laut	1980	(belum ada data)
Sigura-gura	1980	Distribusi
5 Sahabat	1981	Distribusi
Medali Bukit Selatan	1981	Distribusi
Dia yang Kembali	1981	(belum ada data)
Senja Masih Cerah	1982	Distribusi
Sorta (Tumbuh Bunga di Sela Batu)	1982	Distribusi
Anakku Terlibat	1983	Produksi tidak sempurna
Perjanjian Setan	1983	Distribusi
Tantangan Alam Semesta	1983	Distribusi
Langit Takkan Runtuh	1987	Produksi tidak sempurna
Lirikan Ular Merah	1989	Produksi tidak sempurna
Menerjang Sarang Naga	1989	Distribusi
Nuansa Birunya Rinjani	1989	Distribusi
Nyoman Cinta Merah Putih	1989	Bermasalah dengan negara
Jawara Sok Kota	1990	Distribusi
Nanti Kapan-kapan Sayang	1990	Distribusi
Ketika Senyummu Hadir	1991	Masalah internal rumah produksi
Melody	1991	Masalah internal rumah produksi
Surat untuk Bidadari	1992	Distribusi
Bulan Tertusuk Ilalang	1994	Distribusi
Cemeng 2005	1995	Distribusi

Sumber: Yan Widjaya, 64 *Film dalam Laci*, Majalah F, Edisi 003, Februari-Maret 2006

Perkembangan atmosfer industri distribusi film di Indonesia akan dipaparkan dalam kronologi yang singkat ini.

Fase bebas/AMPAI

Ketika sebuah era dinamai dengan sebutan tertentu, artinya sesuatu tersebut begitu dominan. Maka tidak heran jika era perdagangan film pra Orde Baru ini dinamakan era AMPAI. Nama ini tentu merujuk kepada *American Motion Picture Association of Indonesia*, perpanjangan tangan asosiasi eksportir film Amerika. Artinya, sejak saat itu pun sudah dominan, dan melambangkan prestise.

Di masa itu, perdagangan berjalan begitu bebas, dan setiap film menemukan pangsa pasarnya sendiri. Bioskop kelas A diisi film-film AMPAI, sementara film nasional masih berkutat di bioskop kelas C[104], meskipun volume pasarnya sendiri besar. Perdagangan yang bebas ini bukan tanpa imbalan. strategi Presiden Soekarno saat itu adalah menghimpun dana yang didapat dari AMPAI untuk tetap beredar di Indonesia sebagai devisa yang ditahan. Seperti pernyataannya kepada Howard Jones dari AMPEA (*American Motion Picture Exporters Association*):

> "Silahkan saja Anda mengekspor sebanyak judul yang Anda inginkan ke Indonesia, tetapi pergunakan 10-15% saja dari hasil pengumpulan *share* film Anda dari bioskop untuk ongkos-ongkos kantor perwakilan Anda di Indonesia. Selebihnya Anda titipkan uang tersebut di BI atas nama account khusus titipan Anda atau sebagai pinjaman Pemerintah Indonesia kepada Anda –tanpa bunga- pada waktunya nanti, Anda bisa menerima uang tersebut setelah Pemerintah Indonesia memiliki devisa yang cukup..." (Tjasmadi, 2008. Hal.32)

Bisa dibilang bahwa film nasional agak terpinggirkan karena mekanisme persaingan yang bebas ini. Namun menurut Rahim Latief, persaingan yang sengit itu berjalan adil.

> Kendati ada AMPAI, "Pemutaran film Indonesia di daerah-daerah tidak pernah mengalami kesulitan," kata pengamat film A. Rahim Latif, 51 tahun, yang kini Kepala Seksi Luar

[104] Pengkelasan ini akan dibahas di bab selanjutnya.

> Negeri dan Festival PT Ekapraya Film. Agak sulit baginya membuktikan blokiran AMPAI terhadap pemutaran film nasional di rumahnya sendiri. Karena suksesnya film nasional di daerah, ada yang melebihi film AMPAI. Ambil contoh film sekaliber *Quo Vadis* (MGM), *Samson and Delilah*, dan *Ten Commandments* (Paramount) yang bisa serentak diputar di tiga bioskop. Tapi banyak produksi nasional yang diputar di lebih banyak bioskop kelas satu. *Film Momon, Iseng, Kasih Tak Sampai*, misalnya, membuat ledakan yang meyakinkan.[105]

Selain itu, terbukanya pasar membuat perfilman relatif lebih semarak dan lebih banyak pilihan. Tercatat pada tahun 1956, di satu tempat saja, karesidenan Surakarta, telah diputar sejumlah 1557 film, yang menurut perinciannya: film dari Amerika sejumlah 992, film Indonesia 227, India 138, Cina 64, Inggris 44, Malaya 29, Italia 26, Filipina 12, Uni Soviet 9, Prancis 5, Mesir 5, Jepang 3, Jerman 3.[106]

Melajunya film Indonesia ke kancah bioskop kelas A tidak lepas dari perjuangan Usmar Ismail yang sampai terpaksa main tangan untuk membela kepentingan film bangsanya yang dianggapnya dipinggirkan. Akhirnya, film *Krisis* (Sutradara Usmar Ismail, 1955) menjadi film nasional pertama yang masuk ke bioskop kelas A yaitu Metropole yang terkenal dengan julukan MGM Hall karena didominasi oleh film-film dari studio MGM Amerika, dan sukses selama 35 hari.

Di wilayah distribusi, karena minimnya infrastruktur, sistemnya masih didominasi oleh sistem jual beli putus dan dijalankan oleh pengedar daerah yang biasanya juga merangkap *broker* dan *booker*. Pada dasarnya istilah broker (perantara atau calo) merupakan plesetan yang merendahkan dari *booker* atau orang yang melakukan pemesanan atau penjadwalan penayangan suatu film di bioskop.

---

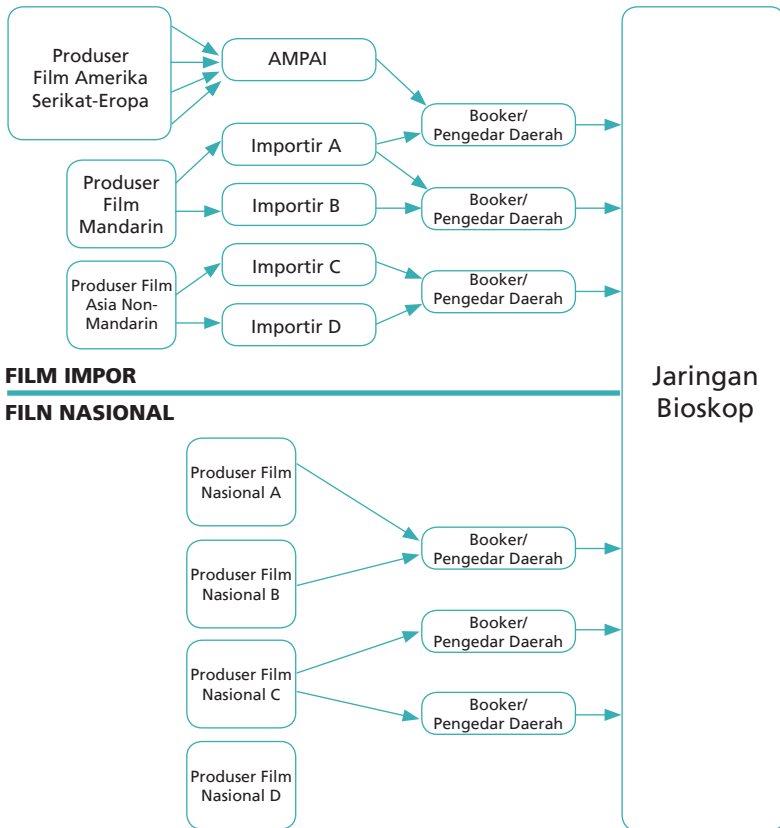
[105] "Mampusnya AMPAI", Tempo, 29 Juni 1991

[106] Bachtiar Siagian, *Terutama Mengenai Olah Raga dan Film,* Majalah Aneka No. 7, 1957. Hlm. 12-13

Secara keseluruhan kondisi saat itu sangat dipengaruhi manuver politik PKI yang sangat anti Amerika. Di sekitar tahun 1962-1963, muncul Panitia Aksi Pemboikotan Film Imperialis Amerika Serikat (PAPFIAS) yang terus menerus berusaha mengambrukkan dominasi AMPAI, sampai terjadi ancaman pembakaran terhadap bioskop-bioskop oleh PAPFIAS. Pemerintah akhirnya menghentikan kegiatan AMPAI tepat pada tanggal 17 Agustus 1964. Namun akibat kerasnya tuntutan ini, PAPFIAS berhasil menghentikan peredaran film Indonesia di Amerika. Apalagi dengan adanya dokumen yang mengaitkan nama Bill Palmer, direktur AMPAI, sebagai mata-mata Amerika Serikat di Indonesia.

Maka pasokan film impor dari Amerika dan Eropa ke Indonesia segera kosong. Usaha untuk mengatasinya dilakukan dengan mengisi bioskop dengan film-film impor dari Cina dan negara-negara Eropa Timur. Namun ternyata penonton tidak mudah beralih begitu saja ke film-film tersebut.

Di sisi lain, produksi film nasional merosot ke tingkat terendah (hanya 1-2 judul) sewaktu peristiwa 1965 terjadi tahun berikutnya. Dengan ketiadaan pasokan seperti ini, maka bioskop-bioskop di Indonesia tutup karena ketiadaan pasokan film.

Arus distribusi film selama periode ini dapat digambarkan seperti berikut ini:

Bagan 4

ARUS DISTRIBUSI FILM FASE AMPAI

Fase Tata Niaga (1967 – 1985)

Hancurnya infrastruktur perfilman sejak peristiwa 1965 membuat pemerintah merasa perlu untuk segera membangkitkan kembali industri. Karena pasokan film dalam negeri tidak dapat diharapkan segera bangkit dalam waktu terlalu singkat, pemerintah, melalui perintah Menteri Penerangan B.M. Diah membuka lebar-lebar keran impor film untuk memancing gairah perfilman. Importir film berduyun-duyun berebut rejeki dari arus baru ini, dan dengan segera mereka mengelompokkan diri

dan bergabung dalam GIPRODFIN (Gabungan Importir-Produsen Film Indonesia).

Sebagai pemancing produksi, B.M. Diah mengeluarkan SK bernomor 71 tahun 1967 yang menyatakan bahwa untuk setiap film yang diimpor, importir harus menyetor uang untuk dihimpun sebagai biaya pembuatan film nasional. Produser lalu dapat mengajukan proposal untuk dapat dibantu dengan biaya tersebut. Pada tahun 1971, SK Menpen Budiardjo No. 124/1971 memperbaharui SK 71 B.M. Diah, dengan memperluas penggunaan dana produksi yang ditarik dari importir tidak hanya untuk memproduksi film, tetapi juga untuk perfilman secara keseluruhan.

Secara umum, di bidang distribusi, kebijakan yang paling menyolok adalah mengatur pembagian wilayah edar, dan pengelompokan importir dalam asosiasi-asosiasi. Pada tahun 1972 semasa kepemimpinan Menpen Boediardjo, mekanisme pengaturan tata niaga mulai menuai masalah. Saat itu, Deppen mengedarkan sebuah surat bernomor 03/Kep/Dir--Df/1972 tertanggal 8 Juni. Sebanyak 16 perusahaan importir film Mandarin sempat heboh, karena CV Asia Baru tiba-tiba mendapat hak tunggal memasukkan film Mandarin. Sesungguhnya, setiap anggota asosiasi bisa membeli filmnya sendiri, namun hanya bisa mengedarkan sendiri filmnya itu setelah membayar semacam *import fee* (dana impor) ke kas Asia Baru.

Pemerintah mewajibkan importir bergabung dalam badan-badan konsorsium (BKIF) yang dibagi ke dalam kategori AS-Eropa, Asia, Asia Non Mandarin. Pemerintah mengklaim bahwa ini adalah aspirasi para importir untuk mencegah persaingan tidak sehat, tetapi muncul juga pengakuan bahwa importir sebetulnya ditekan: bergabung dengan badan-badan tersebut atau ijinnya dicabut (Sen, 1987). Kelompok importir Mandarin dipimpin oleh PT Suptan, dan kelompok AS-Eropa dipimpin oleh PT Archipelago Films. Kelompok Asia Non-Mandarin dipimpin oleh PT Adhi Yasa Films.

Pada tahun 1976, setelah membubarkan BKIF yang dirasa tidak membuat keadaan lebih tenang, Menpen Mashuri membentuk 4 konsorsium importir film (KIF) pada tanggal 5 April dengan masing-masing anggotanya 21 importir. Mashuri tetap mengaitkan aktivitas impor film dengan produksi film nasional, dengan menerbitkan Surat Keputusan Menteri Penerangan No. 51/Kep/Menpen/1976 yang mewajibkan importir film merangkap menjadi produser sebagai syarat untuk memasukkan film dari luar negeri. Jelasnya, untuk setiap produksi film anggota KIF, importir bersangkutan diberi imbalan jatah 5 film impor (di tahun 1977/1978, angka ini berkurang menjadi 3 film impor per satu produksi film nasional). Bagi importir yang tidak berproduksi, diwajibkan membeli 3 buah sertifikat produksi dengan nilai nominal Rp 3 juta per buah agar dapat mengimpor 1 judul film melalui KIF masing-masing.

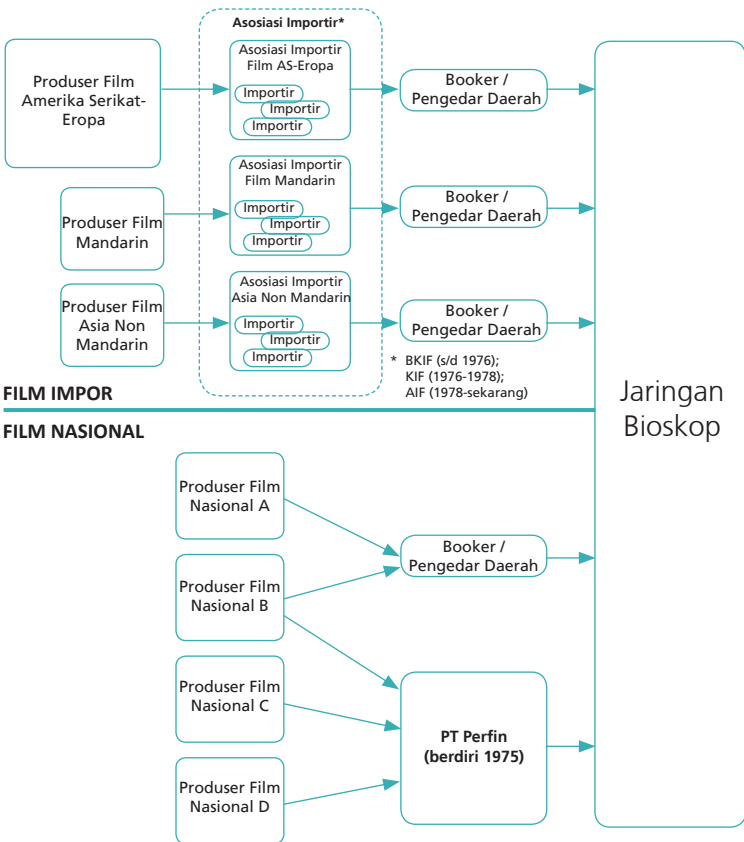
> Yang tidak akan kita lakukan adalah jadi bank dengan meminjamkan uang kepada para produser seperti kasus dana SK 71 itu. Yang saya lakukan sekarang adalah mendekati bank-bank pemerintah agar mau memberikan perlakuan khusus kepada dunia perfilman. Kalau perlu uang dana yang ada pada Deppen itulah yang jadi jaminannya."[107]

Meskipun mekanisme ini mampu memicu produksi, suara ketidakpuasan umumnya muncul karena film yang dibuat dengan cara ini hanya mengejar kewajiban dan jumlah, sehingga mutunya diragukan. Padahal, ciri khusus aspirasi perfilman pada paruh pertama 1970-an ini adalah kehendak untuk "naik kelas" dan mendapatkan proteksi yang layak untuk dapat bersaing dengan film impor. Keluhan terutama ada pada peredaran/distribusi, karena pasarnya yang dipenuhi spekulan dan broker justru tidak kunjung dibenahi. Akibatnya, terjadi gontok-gontokan antara produser dan eksebitor, sementara bisnis peredaran terus berjalan bagaikan luput dari radar.

Akhirnya, demi membenahi sistem edar, pemerintah mengeluarkan SKB 3 Menteri (Menpen, Mendagri dan

[107] "Mashuri Menjawab Kerisauan", Tempo, 29 Mei 1976

Mendikbud) yang mewajibkan penayangan film nasional dalam jadwal yang ditentukan, dan juga membentuk PT Peredaran Film Indonesia (PT Perfin) yang menurut istilah Johan Tjasmadi, ketua Gabungan Pengusaha Bioskop Seluruh Indonesia (GPBSI), "…ibarat pengaspalan jalan raya. Jadi kalau jalan sudah diaspal, sopir sudah siap menunggu, tinggal lagi produser film menyediakan busnya, dan Perfin mengatur penumpangnya."[108] PT Perfin dimiliki bersama oleh PPFI dan GPBSI.

Penataan yang diupayakan pemerintah Orde Baru dalam hal distribusi film dapat tergambar dari bagan berikut:

Bagan 5

ARUS DISTRIBUSI FILM SELAMA FASE TATA NIAGA

[108] "Pertolongan Tiga Menteri", Tempo, 5 Juli 1975

Saat Ali Murtopo menjabat Menpen sejak tahun 1978, KIF lalu dibubarkan. Asosiasi Importir Film (AIF) berdiri pada 30 Oktober 1978 menggantikan konsorsium, dengan menciutkan lagi jumlah importir. Jumlah importir film yang semula 71 dikurangi hingga tinggal 26 importir. Sejalan dengan itu, Ali Moertopo juga membatasi jumlah kuota film yang boleh diimpor. Untuk tahun itu, ditetapkan 260 judul ditambah 25 film anak-anak. Pada periode Murtopo ini, meskipun jumlah importir dikurangi, sesungguhnya sektor impor semakin kuat terutama dengan mengubah kebijakan tentang jumlah kopi film impor. Sebelumnya, hanya dua kopi film impor yang boleh diputar di bioskop pada saat bersamaan. Jumlah ini naik menjadi tiga pada periode Mashuri. Saat Murtopo menjabat jumlah ini terus meningkat dari enam kopi menjadi sembilan dan akhirnya 15 kopi pada 1982. Jika semula dengan dua kopi untuk tiap judul film impor, film Indonesia masih memiliki kesempatan diputar di gedung bioskop lain. Masih mungkinnya kemenangan film nasional dalam bersaing melawan film impor tentu sangat berkaitan dengan adanya pembatasan jumlah kopi yang hanya dapat dimiliki setiap judul tidak lebih dari 6 buah.

Pada periode Murtopo pula terjadi penghapusan persyaratan bagi importir untuk membiayai produksi satu film nasional untuk tiga film asing yang diimpornya yang ditetapkan pada masa Mashuri. Sebagai gantinya, para importir diminta memberi insentif sebesar Rp 3 juta untuk setiap film yang diimpor. Angka Rp 3 juta ini hanya sepersepuluh dari budget produksi yang paling rendah dari film Indonesia kala itu.

Saat Menpen Harmoko menjabat sejak 1983, jumlah importir film diciutkan lagi menjadi delapan belas. Demikian pula kuota tinggal 200 judul, dengan pembagian: 100 judul untuk film Eropa-Amerika, 50 judul masing-masing untuk Mandarin dan Asia non-Mandarin.

Setiap judul tetap mendapat jatah 6 kopi dengan tambahan 9 kopi maksimal. Dana sertifikat produksi tetap Rp3 juta bagi tiap judul dan Rp1 juta untuk setiap kopi tambahan. Dana tersebut

digunakan untuk bantuan modal produksi film nasional, bantuan modal PT Perfin, bantuan modal penambahan sarana pertunjukan, terutama pembangunan gedung bioskop semi permanen di kabupaten dan kecamatan, serta lain-lain yang berhubungan dengan perfilman.

Di wilayah distribusi sendiri, yang dikeluhkan banyak pelaku industri, tidak banyak perubahan terjadi. *Broker* dan *booker* masih berkuasa di daerah-daerah, sehingga keluhan dari pemilik film tentang ketidakpastian jadwal dan bahkan nasib film itu sendiri masih kerap terdengar. Malah sebenarnya kebijakan pemerintah yang menyolok justru terletak pada aspek keamanan, yang tercermin dari diterbitkannya Surat Keputusan Menpen No. 32 tahun 1977 yang memberi kewenangan penuh kepada gubernur, atau pemerintah daerah tingkat I, untuk mengawasi dan menertibkan peredaran film lewat Badan Pembinaan Perfilman Daerah (Bapfida). Pada praktiknya, Bapfida lebih banyak melakukan "pengawasan" film dalam rangka menjaga citarasa dan budaya daerah yang bersangkutan (Tjasmadi, 2008. Hal.120). Salah satu kasusnya adalah penolakan pemerintah DI Yogyakarta terhadap film *Perawan Desa* (1978) yang dianggap merendahkan wibawa pemerintah setempat.[109]

Fase Transisi (1985 – 1991)

Inilah masa paling bergolak dalam sejarah distribusi film Indonesia. Kejadiannya bermula pada tahun 1985, ketika terjadi pergantian ketua AIF Eropa-Amerika secara tiba-tiba. Masa kerja kepemimpinan ketua AIF adalah 5 tahun terhitung sejak tanggal ditetapkannya. Dan pada tahun itu, posisi ketua dipegang PT Citra Jaya Film yang dikenal pernah memproduksi *Doea Tanda Mata* (sutradara Teguh Karya, 1984). Di masa kepemimpinan Citra Jaya, banyak dihasilkan film-film nasional yang kini lestari

[109]Selain diterima di daerah lain, film *Perawan Desa* menjadi contoh langka yang menarik karena berhasil lolos sensor meskipun menyajikan gambaran aparat pemerintah yang korup, meskipun sebatas oknum, di dalam narasi kisahnya. Krishna Sen berpendapat bahwa lolosnya gambaran ini berkenaan dengan naiknya kelas menengah Indonesia di masa itu. Lihat Krishna Sen, *Indonesian Films*.

sebagai karya-karya yang patut dikenang, antara lain *Doea Tanda Mata*, *Kembang Kertas* (Slamet Rahardjo Djarot, 1984), *Secangkir Kopi Pahit* (Teguh Karya, 1984), *Serpihan Mutiara Retak* (1985), *Tinggal Landas buat Kekasih* (1984), dan lain-lain.

Tiba-tiba, di tengah masa kepemimpinan itu, Citra Jaya Film digantikan oleh PT Suptan tanpa sebab yang jelas.[110] Jumlah anggota AIF Eropa-Amerika pun mengalami penyusutan lagi, sehingga menjadi 5 importir saja, 3 di antaranya baru sama sekali. Di antara yang baru itu adalah PT Camila Internusa Film yang didirikan pada tanggal 18 Juli 1985, dan PT Satrya Perkasa Estetika yang didirikan pada tanggal 1 April 1985.[111] Keduanya memiliki keterkaitan yang erat dengan Benny Suherman dan Sudwikatmono sebagai pemilik Suptan. Kelak keduanya ini pula, hingga saat ini menjadi pemain utama impor film, dan berada di pusat kekisruhan pajak film impor tahun 2011.

Di asosiasi importir film (AIF) Mandarin dan Asia non-Mandarin tidak ada perubahan. Jumlah anggotanya tetap sama, masing-masing 6 dan 5 importir. Namun kemudian AIF Asia non-Mandarin tergabung dalam "lindungan" PT Suptan setelah beberapa anggota lamanya antara lain PT Soraya Intercine dan PT Panorama Film digantikan kedudukannya oleh perusahaan lain tanpa sebab. Lewat mekanisme internal tertentu, PT Suptan yang praktis telah menjadi "ketua" itu berhasil merangkul asosiasi importir lain dan disatu-apkan di bawah benderanya, dalam satu kantor.[112]

Dengan modal kuat di belakang mereka, PT Suptan pelan-pelan berhasil menguasai jalur distribusi di tangan mereka karena daya beli mereka yang tinggi. Kuota yang sebenarnya dibagi dengan sesama importir, akhirnya mereka kuasai. Misalnya PT Perfini, perusahaan film yang didirikan oleh Usmar Ismail, terpaksa meminjam uang dari Sudwikatmono untuk melakukan kegiatan impor.[113] Para pengimpor ini tak bisa meminjam uang

[110]"Zaman Keemasan Kelompok 21", *Tempo*, 29 Juni 1991.
[111]Putusan KPPU, Op Cit., poin 19.3 dan 19.4, hal. 21-23
[112]Majalah *Prospek* , 31 Agustus 1991, hal. 90
[113]"Hollywood Datang, Pribumi Minggir", *Tempo*, 29 Juni 1991.

ke bank untuk tambahan modal mereka lantaran tidak memiliki aset sebagai jaminan kecuali film yang mereka impor. Secara perlahan-lahan PT Suptan akhirnya bisa mendominasi aliran film impor. Bergabungnya mereka artinya memusatkan pintu aliran impor film ke satu pintu, dan mengingat posisi film impor sebagai penentu pasar, dengan sendirinya pelakunya akan mudah menguasai pasar.

Pada lini distribusi, ekspansi PT Suptan juga terasa, dengan menunjuk distributor tunggal untuk setiap daerah edar. Dengan sumber pasokan yang sudah dikuasai, distributor tunggal di daerah-daerah ini menjadi memiliki kuasa untuk mendikte apa yang ditayangkan oleh bioskop. Hal ini bermula di Jawa Tengah, tempat asal Suptan, dengan ditunjuknya PT Sanggar Film Semarang sebagai pengedar tunggal. Tidak hanya penunjukan, PT Suptan turut andil memiliki saham dalam perusahaan-perusahaan distributor yang ditunjuknya.

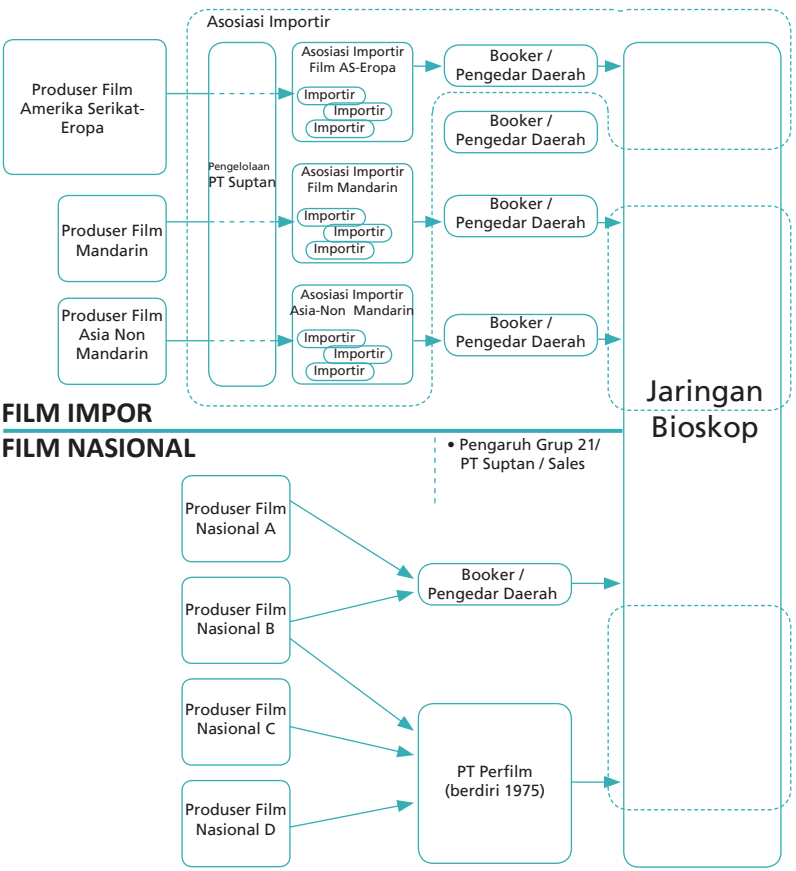
> sistem distributor tunggal seperti ini berlangsung pula di provinsi lainnya. Di Jawa Barat, misalnya, hanya ada PT Kharisma, kemudian di Jawa Timur hanya ada PT Inarosa. Juga wilayah edar Sumatera, Kal-Tim, Kal-Sel, dan Indonesia Timur, hanya ditangani oleh PT Isae Film. Dan di setiap perusahaan distributor tunggal itu, pasti ada saham Suptan.[114]

Selain itu, untuk memuluskan arus film, ekspansi juga dilakukan dengan menguasai jaringan bioskop di daerah pula.

> sebagai importir tunggal, yang juga menguasai jalur distribusi sekaligus bioskop-bioskopnya, Suptan cs. tentu saja akan memprioritaskan film untuk bioskopnya sendiri. Artinya, suka atau tidak suka, bioskop di luar grup harus mau memutar film apa saja yang disodorkan oleh distributor.[115]

---

[114]"Kerajaan Film Impor", *Tempo*. 22 Juli 1989
[115]Tempo, *ibid*.

Perubahan arus distribusi pada fase ini ditunjukkan dengan kecenderungan terbentuknya integrasi vertikal antara lini importir/pemilik film dengan lini eksebitor, sehingga "menjepit" keberadaan distributor, seperti tergambar dalam bagan berikut:

Bagan 6
ARUS DISTRIBUSI FILM SEMASA FASE TRANSISI

Sementara itu, komoditi film impor justru semakin gencar mengisi pasar. Kendati kuota turun hingga tersisa 190 judul, jumlah kopi diperbolehkan mencapai 6 kopi dan 12 kopi tambahan, dan di tahun 1987 ditingkatkan lagi menjadi 6 kopi

plus 15 kopi tambahan. Kuota untuk tahun 1990 diturunkan lagi sehingga menjadi 160 judul. Namun lagi-lagi muncul kebijakan baru mengenai jumlah kopi, yaitu bila jumlah kopi untuk setiap film yang diperbolehkan (kini sudah 6 kopi plus 18 kopi tambahan) tidak terpenuhi bagi judul film tertentu, sisa jatahnya dapat dipakai untuk menambah kopi bagi judul film lain. Hal ini kian menguatkan posisi film impor sebagai komoditi utama, mengikuti perkembangan jumlah bioskop hingga tahun 1989 yang bertambah sebanyak 707 buah sejak tahun 1985 hingga mencapai angka 2.345. Namun mengalami penurunan pada tahun 1990 hingga tersisa 2.173 buah lalu pada tahun 1991 berkurang lagi menjadi 2.114 (Situmorang, 2003. Hal.70-73). Sementara itu, ketentuan kuota impor dan jumlah kopinya tetap tidak berubah.

Pada tahun 1986, terjadi tonggak lain yang kelak menentukan nasib film Indonesia. Pembicaraan antara PPFI (Persatuan Produser Film Indonesia), GPBSI (Gabungan Pengusaha Bioskop Seluruh Indonesia), PT Perfin dan AIF Asosiasi Importir Film asing di Cipayung, pada tanggal 14 Maret 1986 menentukan bahwa setiap film minimal harus menyerap 125 penonton untuk tiga kali pertunjukan. Hasil dari pembicaraan ini dikenal dengan nama Kesepakatan Cipayung. Yang mengejutkan, hasil kesepakatan ini mampu mementahkan kuasa SKB 3 Menteri yang mewajibkan pemutaran film Indonesia dalam kurun tertentu.

Kasus yang paling terkenal adalah yang menimpa film *Langitku Rumahku*. Baru sehari tayang pada tanggal 16 Nopember 1990, malamnya film tersebut langsung diturunkan, bahkan tanpa memberi kesempatan untuk memasuki hari tayang yang "gemuk" di akhir pekan. PT Perfin memerintahkan penurunan itu dengan menunjuk Kesepakatan Cipayung sebagai dasar hukumnya. Sontak peristiwa ini berbuntut panjang dengan tuntutan Eros Djarot ke pengadilan untuk menggugat PT Perfin. Sejarah mencatat Eros Djarot kalah.

Tendensi monopoli itu kemudian berbuah tudingan dari luar. Perfilman Indonesia lalu dibuat heboh oleh tuduhan monopoli

dari MPEAA (Motion Picture Export Association of America). Tuduhan itu didasarkan pada penunjukan AIF Eropa-Amerika sebagai importir tunggal film-film Amerika. MPEAA keberatan dengan kecenderungan monopoli pada peredaran film di Indonesia yang mereka tuding akan merugikan dan memangkas kesempatan mereka untuk mengembangkan pasar secara adil.

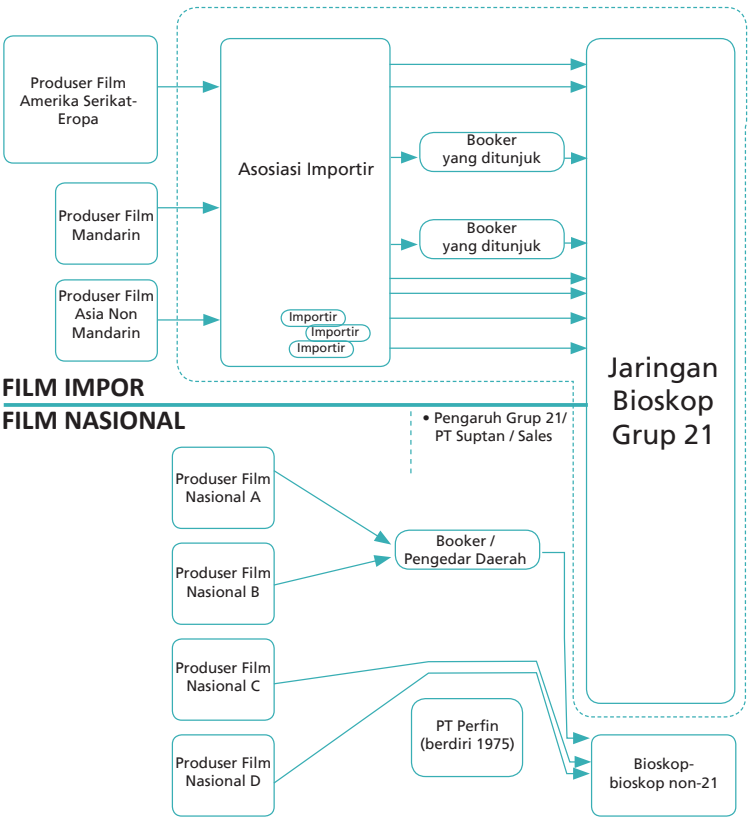
Namun belakangan, lewat pernyataan resmi untuk pers tertanggal 16 Juni 1991, pihak Warner Brothers menyetujui kerjasama tunggal dengan PT Satrya Perkasa Estetika Film, yang terkait erat dengan PT Suptan. Sementara itu, United International Pictures, anggota MPEAA yang lain, mendadak bermitra dengan PT Camilla Internusa Film. Proses ini akan dibahas lebih lanjut di bagian lain dalam bab ini.

Fase Status Quo/Monopoli (1992 – 1998)

Fase ini merupakan fase yang paling tenang bagi bioskop jaringan 21, tetapi juga merupakan masa-masa yang menekan bagi para pelaku industri film nasional, terutama di sisi produser. Infrastruktur distribusi yang semula kacau, kini malah tidak terekspos, karena semuanya berjalan secara internal.

Ketertutupan infrastuktur distribusi terjadi karena pada fase ini pengedar daerah berafiliasi ke arah hilir dengan jaringan PT Subentra sebagai pemilik jaringan bioskop, dan ke arah hulu dengan raksasa importir semacam PT Satrya Perkasa Estetika Film dan PT Camilla Internusa Film. Sementara itu, sudah diketahui bahwa ketiga perusahaan tersebut memiliki akar kepemilikan yang sama, atau setidaknya tumpang tindih. Bisa dibilang bahwa dengan sistem semacam ini, pengedar daerah hanyalah merupakan sarana pelaksana belaka bagi jaringan penguasa pasar untuk mengedarkan film-film yang diimpornya. Yang menarik, meskipun penguasaan PT Subentra terhadap jaringan bioskop tidak melebihi 50% –sebuah angka yang biasanya disepakati sebagai batasan monopoli– penguasaan terhadap katup impor justru lebih besar sehingga pasokan komoditi,

termasuk kepada bioskop di luar jaringan 21, tergantung kepada mereka.

Selain itu, meskipun masih terdapat pelaku bisnis di bidang distribusi di luar jaringan tersebut, *entry-barrier* untuk memasuki pasar menjadi terlalu tinggi. Tanpa ada upaya pemotongan akses pun, pemain independen akan kewalahan membiayai biaya distribusi film yang bertingkat ke daerah-daerah, karena dia harus berhadapan dengan jaringan yang pembiayaannya sudah saling mendukung (Situmorang, 2003 Hal.79-80).

Bagan 7

ARUS DISTRIBUSI FILM SEMASA FASE STATUS QUO

Pada fase ini, film nasional "tertolak" sama sekali dari jaringan utama distribusi 21, dan harus mengandalkan peredaran di pinggiran, atau bahkan langsung ke medium lain seperti video dan VCD.[116] Meskipun kegiatannya dapat dikatakan masih hidup,[117] pengetatan *budget* secara masif dan langkah putus asa membuat film nasional berkutat di tema-tema sex dan kekerasan.

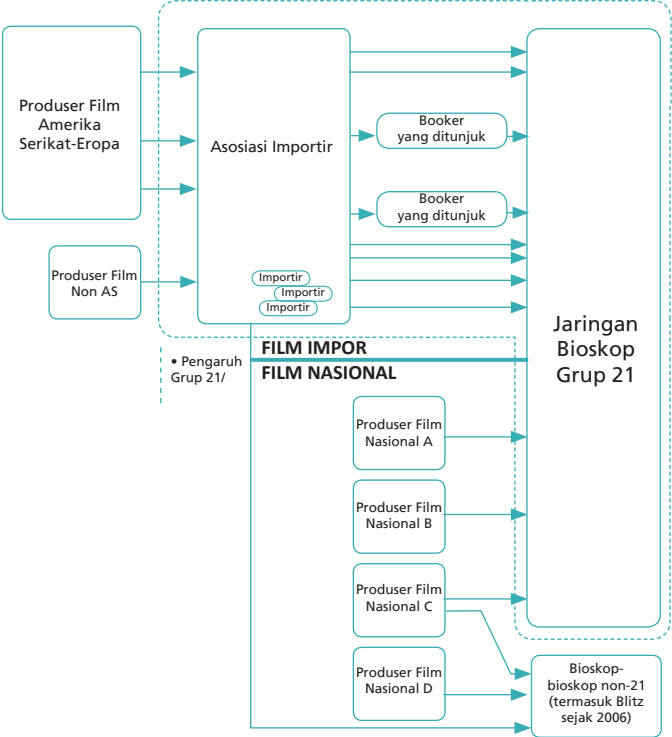
Dan itu pun yang tidak tergarap dengan baik, sehingga apresiasi terhadap film nasional kian menurun. Sementara itu, film nasional yang dibuat dengan serius, seperti *Surat untuk Bidadari, Cemeng 2005*, dan *Bulan Tertusuk Ilalang* terpaksa mengandalkan peredaran yang lain. Sebagian ditayangkan di kampus-kampus, dan sebagian lain langsung masuk ke pasar sekunder televisi.

Pada tahun 1993, jumlah bioskop naik menjadi 2.148 buah tetapi kemudian terus menurun sehingga pada 1996 mencapai 1.800 bioskop, lalu 1.200 bioskop pada 1997 dan tinggal 833 bioskop pada 1998 (Situmorang, 2003. Hal.73).

Fase Distribusi Internal (1998 – sekarang)

Dari segi produksi, fase ini ditandai dengan fenomena yang –meminjam istilah Christian Razukas, seorang programmer lulusan Universitas Hawaii– diisi dengan produser film yang *über-capitalist*.[118] Artinya, dengan kondisi yang vakum dari dukungan pemerintah, dan di tengah penguasaan pasar distribusi film yang masih melenggang tenang, produser film berjuang sendirian membuat film dan memasarkannya. Dengan risiko berhadapan dengan infrastruktur distribusi dan eksebisi yang tertutup di hadapannya, para produser menanggung semua risikonya sendiri.

[116]Kristianto, JB, "Sepuluh Tahun Terakhir Perfilman Indonesia", *Kompas*, 2 Juli 2005.
[117]Kristianto, JB, *ibid*.
[118]Dari akun twitter Razukas, @hellochris, tautan: http://twitter.com/#!/hellochris/status/63491626617683969

Arus distribusinya sendiri tampak dalam bagan berikut:

Bagan 8

ARUS DISTRIBUSI FILM SEMASA FASE DISTRIBUSI INTERNAL

Meskipun secara struktur proses distribusi film masih mirip dengan Fase Status Quo sebelum ini, secara umum tampak fenomena "melunak"-nya sikap jaringan 21 terhadap film nasional. Film nasional yang sebelumnya tidak mendapat tempat sama sekali di jaringan 21 mendadak memperoleh lahan yang seluas-luasnya untuk mendapat jatah tayang. Namun *entry-barrier* masih ada dalam bentuk spesifikasi teknis. Tampaknya jaringan 21 tidak mengantisipasi perkembangan teknologi yang kian memudahkan pembuatan film, sehingga tidak mampu mengakomodasi film berformat non 35 mm semacam *Beth* (Aria Kusumadewa, 2001) dan banyak lainnya.[119]

[119]Pengalaman *Jelangkung* (Rizal Mantovani, 2001) yang diputar dalam format video di Pondok Indah 21 adalah contoh kasus yang unik, namun di sisi lain justru membuktikan

Terbukanya pintu jaringan 21 ini –terlepas dari masalah teknis– tampaknya tidak lepas dari gonjang-ganjing politik Indonesia yang ditandai dengan lengsernya Presiden Soeharto. Di dalam badan usaha para pelaku industri distribusi-eksebisi, banyak terjadi restrukturisasi perusahaan dan pengalihan saham. Yang paling menyolok adalah perubahan nama PT Subentra Nusantra yang kemudian diubah pada tanggal 14 Desember 1998 menjadi PT Nusantara Sejahtera Raya. Komposisi kepemilikan saham juga menunjukkan lenyapnya nama Sudwikatmono dan Benny Suherman dalam kepemilikan saham di tingkat pertama. Kepemilikan berdasarkan penyelidikan KPPU tahun 2002 menunjukkan bahwa pemilik PT Nusantara adalah PT Harkatjaya Bumipersada sebesar 80% dan PT Adi Pratama Nusantara sebesar 20%. Susunan kepengurusan terakhir menurut putusan KPPU pada tahun 2002 itu adalah Harris Lasmana sebagai Direktur Utama, Suryo Suherman dan Tri Rudy Anitio masing-masing sebagai Direktur, Lakshmi Harris Lasmana sebagai Komisaris Utama, Melia Suherman dan Arif Suherman masing-masing sebagai Komisaris.[120]

Ke mana perginya Sudwikatmono dan Benny Suherman? Disinyalir, Sudwikatmono melepaskan kepemilikannya sejak Suharto lengser, dan kasus Bank Surya yang turut menyeretnya membuatnya harus melepaskan sahamnya di banyak perusahaan.[121] Diduga kuat, yang dilepas itu termasuk yang di Subentra/Nusantara Sejahtera Raya. Sementara itu, Benny Suherman lenyap dari radar, dan tampak bahwa banyak posisinya yang lalu digantikan oleh putra-putrinya, antara lain Suryo Suherman, seperti tercatat di putusan KPPU tersebut.

---

bahwa pihak distributor terlepas sama sekali dari faktor risiko produksi. Pondok Indah 21 kala itu adalah bioskop yang kerap digunakan sebagai tempat screening dan presentasi awal, sehingga film dalam format non 35 mm masih memungkinkan untuk ditayangkan. Namun dalam kasus *Jelangkung*, proyektor video untuk memutarnya saja masih harus disediakan oleh produsen film. Bahkan ketika *Jelangkung* terbukti sukses, proses blow-up ke medium film 35 mm dilakukan oleh produsen film sendiri. Lihat Yvonne Michalik dan Laura Coppens, ed., *Asian Hot Shots: Sinema Indonesia*, 2011, hal. 136-139

[120]Putusan KPPU, Op *Cit*., poin 19.5, hal. 26

[121]"Perginya Si Pengurus Izin", *Tempo*, 17 Januari 2011

Pada tahun 2006, berdiri jaringan bioskop baru, Blitzmegaplex, yang mengadopsi konsep sinepleks yang mirip, dan dengan sasaran pasar yang mirip, bahkan lebih pada kelas menengah atas. Bisa dibilang, alih-alih membuka pangsa pasar baru, Blitzmegaplex berusaha merebut kue pasar yang telah dibentuk oleh 21. Selain itu, Blitzmegaplex memberikan tambahan insentif bagi produser film dengan memudahkan akses ke medium sinema yang mengikut perkembangan jaman, misalnya format digital.

Mengingat bahwa jalur peredaran masih dikuasai pihak lama yang itu-itu juga, langkah Blitzmegaplex boleh dikata nekad. Pada tahun 2008, jaringan 21 menguasai peredaran/tayangan terhadap 123 gedung bioskop (485 layar), sementara Blitz hanya menguasai 4 gedung (39 layar).[122] Ini belum memperhitungkan bahwa katup masuk film impor yang merupakan komoditi utama, dipegang oleh trio Satrya-Camilla-Amero.

Bahkan di peredaran film nasional, Blitz menemui batu sandungan dengan kasus tidak tayangnya *Ayat-Ayat Cinta* yang meledak pada tahun 2008 di jaringan Blitz. Rumor beredar bahwa pihak produser ditekan untuk tidak "melayani" Blitz, dengan ancaman tidak akan diberi akses ke jaringan 21. Presdir Blitzmegaplex Ananda Siregar mengkonfirmasi sebagian kecurigaan tentang adanya upaya tekanan semacam itu.

> "Kami sudah berupaya apa pun… tetapi mereka tidak mau." Alasannya: tidak punya kopi film lagi. Ketika ditawarkan pergantian biaya cetak kopi seharga Rp 15 juta per kopi, mereka tetap tidak mau.[123]

Menghadapi jumlah potensi pasar dari masing-masing jaringan yang timpang, wajar jika produser memilih untuk tunduk kepada tekanan, jika memang ada. Tentu hal seperti ini sulit dibuktikan, namun jika bisa, tampaknya bisa menjadi bukti bahwa ada upaya monopoli.

[122] J.B. Kristanto, "Masalah Mendasar Film Nasional Masa Kini: Peredaran dan Tayangan", *Kompas*, 30 Oktober 2008, hal. 13
[123] *ibid.*

Analisa Medan Permainan

Melihat sejarahnya, pembahasan mengenai nasib industri distribusi film dapat dimulai dengan asumsi bahwa pada dasarnya, dan pada mulanya, sistem distribusi film di Indonesia berjalan dengan bebas. Namun di balik model yang sekilas tampak serupa dengan model AS itu, ada beberapa faktor mendasar yang bersifat khas dalam perjalanan sejarahnya akan membawa perubahan besar dalam industri ini, yang akan dibahas satu persatu.

Film Impor

Ketika pemerintah membuka lebar kran impor pada tahun 1967, infrastruktur peredaran film yang hancur lebur ketika AMPAI bubar belum sepenuhnya pulih. Pasokan film kurang, tetapi bioskop sisa era AMPAI masih banyak, dan mayoritas terancam tutup. Untuk menggairahkan kembali arus permintaan-penawaran film, pemerintah membuka kran impor tersebut. Dalam waktu singkat, pasar sesak dengan importir dan pengedar baru yang berebut ingin kebagian rejeki film impor. Seperti dinyatakan oleh Tengku Haji Djohardin, Direktur Film Deppen pada tahun 1974:

> "…pada zaman Dirjen Film, TV & RRI Umar Kayam […] untuk menghindari banyak gedung bioskop menjadi gudang dan tempat main wayang, dilakukanlah kebijaksanaan memasukkan film impor sebanyak-banyaknya. Orang-orang yang tadinya tak berminat ngurus film, melihat kebijaksanaan yang begini, cepat-cepat mengalihkan modal mereka ke bidang impor film." [124]

Sesungguhnya tidak ada yang salah dengan itu. Mungkin kompetisi akan ketat, dan banyak pemain yang berguguran. Namun akan adilkah kompetisinya?

[124] "Film Indonesia untuk Indonesia", Tempo, 2 Januari 1974

Perlu dinyatakan sejak awal, bahwa penulis berargumen bahwa faktor film impor adalah faktor yang memberikan pondasi paling berpengaruh kepada gerak industri film Indonesia, khususnya lini distribusi. Hal ini terlihat sejak era AMPAI. Menurut perhitungan Ketua GPBSI Johan Tjasmadi, sesungguhnya film impor dan film nasional telah memiliki segmen pasarnya masing-masing. Dan seperti terlihat dalam tabel di bawah ini, tampak bahwa angkanya tidak buruk.

Tabel 29

JUMLAH FILM MENURUT WILAYAH ASAL DAN RINCIAN PENONTON KURUN WAKTU 1952-1960

Negara Asal	Jumlah Judul	Jumlah Penonton	Rata-rata Penonton/ Judul
Amerika-Eropa	6.000 dalam 9 tahun	270.000.000	4.500
Asia	900 dalam 9 tahun	135.000.000	6.000
Indonesia	375 dalam 9 tahun	45.000.000	12.000

Sumber: HM. Johan Tjasmadi, *Op Cit*., hal. 55. Lihat juga Tempo, "*Film Indonesia untuk Indonesia*", 12 Januari 1974

Meskipun demikian, Tjasmadi secara implisit mengakui, bahwa bahkan dalam kondisi "zaman normal" ini pun, film nasional belum menjadi pilihan yang terlalu menguntungkan secara komersial. Penyebabnya terletak di dua faktor, yaitu pengkelasan bioskop dan infrastruktur distribusi (Tjasmadi, ibid. Ha.56-58). Terkait pengkelasan, faktanya adalah bahwa sejak masa AMPAI, film-film impor diputar di bioskop-bioskop kelas A yang tarif tiketnya lebih mahal. Sementara itu, film nasional kebanyakan diputar di bioskop kelas C yang harga tarifnya murah. Bahkan hingga titik ini pun sebetulnya film nasional masih berpotensi memberikan hasil lebih karena besarnya volume pasar.

Namun terkait masalah distribusi, masalahnya menjadi lain. Karena kebanyakan bioskop kelas A berada di kota-kota besar, distribusi menjadi jauh lebih mudah dan dapat dilakukan sendiri, sehingga hampir 100% bagian pendapatan masuk kantong

produser/importir sebagai pemilik film. Sementara itu, bioskop kelas C yang merupakan pasar utama film nasional berada di daerah-daerah yang sulit dijangkau dan kondisinya tertutup, "dijaga" oleh para pengedar daerah. Maka dengan sendirinya, bagian pendapatan pemilik film terpotong banyak dan bahkan sering harus menjual putus, dengan risiko tidak dapat menikmati hasilnya jika filmnya sendiri itu ternyata sukses di daerah.

Memasuki era Orde Baru, film impor yang dialirkan demi kelangsungan industri film sempat dikhawatirkan akan kian mendominasi dan meminggirkan film nasional, padahal kala itu perfilman nasional masih berusaha bangkit. Tetapi Menteri Penerangan B.M. Diah memberi jaminan:

> "Guna menjamin kelangsungan hidup perbioskopan, pengimporan film yang berfaedah dapat kami terima dengan ketentuan bahwa setelah target produksi nasional dapat mengisi sebagian besar kebutuhan bioskop, fungsi film impor harus terbatas sebagai suplesi (pelengkap)." (Ardan, 1992. Hal. 34).

Pernyataan itu menyuratkan tekad pemerintah untuk menjadikan film nasional sebagai tuan rumah, sekaligus sebagai bahan bakar utama industri. Namun tercatat bahwa perjalanannya tidak akan semulus itu. Sejak era Fase Bebas, sudah mengendap di kalangan sementara pembuat film pemikiran bahwa film impor adalah musuh. Seperti dinyatakan oleh pembuat film Lekra, Bachtiar Siagian:

> …bahwa jang menimbulkan kesulitan2 pokok ialah politik film ala kolonial jang mendjamin hidupnja AMPAI dan AMPAI-lah jang sebenarnya melumpuhkan perindustrian film nasional. Dan bukan tidak mungkin mereka ini turut membantu usaha ke arah monopoli oleh segolongan orang, jang tentunja sesudah melihat djaminan2 dan proteksi2 pula, baik ekonomis maupun kulturil.[125]

[125]Bachtiar Siagian, Op Cit.

Tidak heran jika sejak saat itu pun, aspirasi para produser film nasional adalah menjadikan film Indonesia “naik kelas”, terutama di mata masyarakatnya sendiri. Sementara bagi pelaku industri yang pragmatis, film nasional tidak punya alasan untuk mengeluh, karena telah memiliki pangsa pasarnya sendiri di bioskop kelas C. Bogem mentah Usmar Ismail telah lama tercatat dalam sejarah film Indonesia, sebagai ungkapan kekesalannya karena film *Krisis* buatannya diremehkan, tidak dianggap pantas masuk bioskop Metropole yang jelas kelas A. Bogem itu pula yang mengantarkan *Krisis* dapat ditayangkan, dan nyatanya mendapat sambutan dari khalayak penonton kelas A tersebut, bahkan hingga bertahan selama 35 hari. Satu pembuktian telah ditorehkan. Perjuangan film nasional untuk “naik gengsi” telah dimulai.

Namun sudah tentu tidak semua film nasional bisa ditayangkan dengan modal bogem. Bachtiar Siagian, misalnya, selain menolak AMPAI, juga merumuskan sebuah strategi perfilman nasional yang terpimpin, termasuk pada distribusi, dengan mengusulkan satu badan distribusi negara yang mengendalikan semua distribusi film.[126] Pada akhirnya, justru huru-hara 1965 di Indonesia yang mengakhiri infrastruktur perfilman, baik film impor dan film nasional.

Memasuki Fase Tata Niaga, film nasional melihat kesempatan untuk “naik kelas”, sekaligus diterpa ancaman film impor dengan dibukanya kran impor lebar-lebar oleh pemerintah Orde Baru. Struktur industri distribusi yang terbentuk segera saja mencerminkan bahwa film impor adalah komoditi utama yang menguntungkan. Karuan produser film nasional merasa terpinggirkan dan mengajukan protes. Yang paling terkenal di antaranya adalah ketika aktor-produser Farouk Afero menggunduli kepalanya dan berdemonstrasi menentang “penganaktirian film nasional” di bioskop-bioskop, sembari menuduh:

[126]Bachtiar Siagian, ibid.

> "Mereka itu semua importir, dan dalam kedudukan demikian mereka sangat berkepentingan untuk lebih mendahulukan dan memberi waktu yang terbaik bagi film-film buatan luar negeri itu sambil tentu saja merugikan film-film nasional."[127]

Sementara itu, pemerintah bersiteguh dengan pengurangan sedikit demi sedikit kuota film impor, dengan panduan yang "selalu berpijak pada pegangan 1:10 dalam hal penciutan quota impor."[128] Artinya, umpama pada tahun tertentu produksi film nasional mencapai 60 judul sedangkan tahun sebelumnya hanya 50 judul, maka jumlah film impor dikurangi seratus judul.

Bagi pemerintah, meskipun terus menerus terjadi pengurangan kuota film impor sambil mendongkrak jumlah film nasional, harus ada angka minimal bagi jumlah film yang beredar untuk mempertahankan industri perfilman, terutama di bidang tata edar. Itu belum memperhitungkan aspek mutu dan kontennya yang akan berpengaruh, apakah satu judul itu mampu menarik penonton atau tidak.

Namun sesuai dengan uraian kronologis di atas, tampak bahwa film impor, meskipun kuotanya terus menerus dikurangi, jumlah kopi yang diijinkan per judulnya cenderung meningkat, seperti tercermin dari tabel berikut:

Tabel 30

JUMLAH KUOTA FILM IMPOR, JUMLAH KOPI YANG DIIJINKAN DAN POTENSI JUMLAH MAKSIMAL KOPI FILM IMPOR

Tahun	Kuota Impor	Kopi maksimal/ judul yang diijinkan	Potensi jumlah kopi maksimal	Menteri Penerangan yang Menjabat
1976	400	2	800	Mashuri
1977	300	2	600	

[127]"Demonstrasi si Anak Tiri", *Tempo*, 22 September 1973
[128]pernyataan Tengku Haji Djohardin dalam "Melorotkan Impor, Membela Dalam", *Tempo*, 2 Maret 1974

Tahun	Kuota Impor	Kopi maksimal/ judul yang diijinkan	Potensi jumlah kopi maksimal	Menteri Penerangan yang Menjabat
1978	228	2	456	Ali Moertopo
1979	260	6	1560	
1980	260	6	1560	
1981	260	6	1560	
1982	200	6	1200	
1983	200	9	1800	Harmoko
1984	200	9	1800	
1985	180	18	3240	
1986	180	18	3240	
1987	180	21	3780	
1988	180	21	3780	
1989	170	21	3570	
1990	170	21	3570	
1991	160	24	3840	
1992	160	24	3840	
1993	160	24	3840	
1994	160	24	3840	Harmoko
1995	160	24	3840	
1996	160	24	3840	
1997	160	24	3840	
1998	160	24	3840	R. Hartono

Sumber: diolah dari Irawanto, 2004 dan Latief.

Sehingga hasilnya secara jangka panjang sama saja: film impor kian membanjir, dan keberlangsungan pasar film di Indonesia tetap bergantung kepada film impor. Ketika Orde Baru berakhir, pembatasan jumlah kuota impor dan pembatasan jumlah kopi tidak lagi diberlakukan. Regulasi seputar hal itu menguap seiring dibubarkannya Departemen Penerangan oleh Presiden Abdurrahman Wahid.

Namun tampaknya industri telah menemukan sendiri jumlah yang pas untuk menjaga kesetimbangan demi mempertahankan keberlangsungan pasar, seperti tampak dari tabel berikut:

Tabel 31
JUMLAH JUDUL FILM IMPOR DAN JUMLAH KOPI KURUN WAKTU 2007-2009

Tahun	Jumlah Judul	Jumlah Kopi Total	Rata-rata kopi/Judul
2007	214	2498	12
2008	180	2712	15
2009	155	2664	17

Sumber: diolah oleh Tim Rumah Film dari data LSF

Intinya, fenomena ini bertolak dari asumsi bisnis bahwa film impor memiliki pasar yang lebih pasti, sementara film nasional dianggap masih belum mampu menyediakan pasokan komoditi secara konsisten, baik dari segi jumlah maupun mutu. Tentu saja asumsi ini menjadi bahan perdebatan panas, namun untuk keperluan membaca kondisi pasar, dapat disepakati bahwa fenomena ketergantungan film impor ini telah menjadi ciri khas industri distribusi film di Indonesia.

Skala dan Kematangan Industri

Karakter Pelaku Bisnis

Mengingat film impor menjadi komoditi utama dalam industri distribusi film di Indonesia, wajar jika muncul kritikan yang menuduh bahwa pelaku industri distribusi kita tidak memiliki jiwa nasionalisme. Atau setidaknya, bahwa pelaku distribusi tidak pernah memikirkan akibat budaya dari film-filmnya. Bachtiar Siagian menyatakan bahwa industri film di masanya memandang “film hanya merupakan ‘hiburan’ , jadi semacam barang lux, identik dengan politik pemerintah kolonial dulu,” sehingga bertentangan dengan “semangat revolusioner yang sangat diperlukan bangsa dan negara dalam masa pembangunannya”.[129]

[129] Bachtiar Siagian, Op Cit.

Di sinilah dilema distribusi dalam berhadapan dengan argumen "film sebagai benda budaya". Mekanisme penggerak distribusi ini –suka tidak suka– sepenuhnya bersifat ekonomi-komersial, meskipun kepentingan/motivasinya tidak harus 100% demikian. Maka bagi distributor yang bermotif "paling budaya" sekalipun, seperti Usmar Ismail dengan lini impornya, bahan bakar penggeraknya tetap saja menuntut kesigapan dalam aspek ekonomi.

Ada perbedaan besar dengan pola di AS. Setiap gerakan perfilman di sana, sampai yang bertendensi paling "nyeni" sekalipun, tidak lupa menyiapkan perangkat distribusinya sendiri. Di Amerika, seperti telah dituturkan dalam tinjauan awal, penjelajahan artistik dan "pemberontakan" dalam melawan sistem industri yang dirasa tidak adil selalu berjalan seiring. Pendek kata, sebagai sebuah gerakan yang ingin melakukan perubahan, infrastrukturnya dibangun secara strategis dan terencana. Prosesnya berjalan dengan strategi yang terpadu antara aspek budaya dan komersialnya. Sejauh mana keefektifan proses itu berjalan di Indonesia?

Menurut catatan Rahim Latief,[130] dedengkot perfilman Indonesia seperti Usmar Ismail dan Djamaluddin Malik saja mengimpor film, tetapi dengan aspirasi mutu dan membangun karakter penonton-penontonnya. Generasi sesudahnya seperti Eros Djarot dan Christine Hakim pun tidak ketinggalan telah berjibaku melawan gurita monopoli, dan akhirnya kalah. Pada akhirnya dapat dikatakan bahwa mereka berjuang sendirian. Kenapa tokoh-tokoh seperti Usmar Ismail, Eros Djarot dan lain-lainnya itu tidak dapat berbuat sejauh para pentolan SIMPP di Amerika sana dalam melawan para raksasa? Di manakah pelaku bisnis lain yang sanggup membantu tokoh-tokoh itu merangkai mata rantai industri untuk menjadikan gerakannya kokoh?

Di tengah perseteruan produser dengan eksebitor, banyak yang lalu menimpakan kesalahan kepada pihak distributor. Memang,

[130]A. Rahim Latief, Usmar Ismail dan *Djamaluddin Malik, Produser, Sutradara dan Importir* Film, dalam Kompas, 10 Desember 1989.

bahkan sejak Fase Tata Niaga, banyak sekali kasus macet edar yang konon berasal dari manuver spekulasi para pengedar, *broker* dan *booker* film. Namun apakah ini sepenuhnya kesalahan mereka?

Manuver dan gerakan apa pun yang harus melibatkan aspek distribusi film mengingatkan kita bahwa untuk dapat efektif, pondasi industrinya sendiri harus sehat dahulu. Artinya, pasar harus dibuat kondusif terlebih dulu. Jika membandingkan kondisi umumnya dengan perusahaan distribusi di AS umumnya berskala menengah ke atas, di Indonesia pelaku usaha distribusi pra Fase Transisi sering berasal dari pemain-pemain baru yang berada dalam tahap "coba-coba". Sekilas perbedaan ini hanya menunjukkan tahapan yang alamiah dari pertumbuhan sebuah industri. Namun nyatanya, perbedaan ini menunjukkan beberapa karakter khusus, terutama terjadinya pembagian wilayah yang ketat. Seperti juga dalam bidang lain, pembagian wilayah edar ini bahkan diatur sebagai bagian dari kebijakan pemerintah, dalam hal ini melalui SK Menteri Penerangan No. 69 tahun 1973 yang membagi wilayah edar film ke dalam 15 kelompok, dan masing-masing wilayah harus ada perwakilan yang diakui pemerintah.

Akibatnya, pemain dari daerah satu tidak boleh bermain di daerah yang lain. Pembagian ini menyebabkan keadaan yang tidak memungkinkan bagi seorang distributor untuk mengedarkan filmnya secara bebas. Seperti misalnya, distributor Jakarta tidak dapat mengedarkan filmnya begitu saja ke seluruh Jawa Barat yang secara jarak dekat dengan Jakarta. Mereka tidak memiliki perwakilan di daerah untuk mengikuti peredaran filmnya sehingga harus menjual hak eksploitasinya lagi kepada pengedar di daerah (Prayogo, 2009. Hal. 381).

Dapat diargumentasikan bahwa kondisi yang serba memagari ini menyuburkan tumbuhnya raja-raja kecil daerah, dan memicu sistem spekulasi bayar di muka. Karena dalam jangka pendek, sistem ini yang paling pasti memberikan hasil, produser film cenderung lebih memilih cara ini. Tersedia uang yang cepat

di muka. Namun mekanismenya adalah beli putus. Pengedar membeli hak edar secara penuh tanpa ada pembagian persentase lagi. Dan pembayaran sisanya (dari yang jual putus itu) tergantung kesepakatan. Terkadang macetnya di sini. Jika film sukses, pengedar yang mendapatkan untung banyak, sementara produser gigit jari. Jika film gagal, pembayaran sisa hak edar seringkali macet, dan lagi-lagi produser yang paling dirugikan, sementara pengedar kemungkinan besar hanya rugi uang muka.

Contoh kasusnya melibatkan PT Candi Dewi yang terjadi pada tahun 1977. PT Candi Dewi telah menjual pada broker hak untuk mengedarkan filmnya, *Inem Pelayan Sexy*, di wilayah DKI Jakarta dengan nilai 17,5 juta Rupiah. Dari peredaran tahap pertama saja (sebanyak 122.000 penonton di 9 bioskop DKI), *broker* sudah meraih hasil 31,5 juta Rupiah. Kemudian *broker* itu menjual lagi haknya pada rekannya senilai 20 juta untuk peredaran tahap kedua. Dan *broker* kedua itu meraih 25,5 juta dari 11 bioskop (250.000 penonton). Untuk tahap ketiga, *broker* ketiga sudah menawar pula 20 juta. Dengan demikian *Inem* di DKI saja bisa kelak menghasilkan sekitar Rp 70 juta, sedang produser menjualnya cuma 17,5 juta Rupiah secara putus.[131]

Seperti yang juga tercatat dalam harian Pikiran Rakyat:

> Setelah lolos sensor, film kemudian ditawarkan ke seluruh daerah di Indonesia misalnya: Jabar, Jatim, Indonesia Timur, Sumut (Aceh), Padang, Pekanbaru, Bengkulu, Bangka Belitung, Kaltim, Kalsel, Kalbar dll. Penawaran dilakukan memakai standar tertentu biasanya dengan cara persentase di daerah. Artinya Jabar dikenakan 20% dari target penjualan. Setelah penjualan dilakukan maka Darfida (Pengedar Film Daerah) akan menyetorkan deposito uang sebesar 20% dari harga penjualan. Kemudian sisanya diserahkan kalau film siap diambil/diputar di daerah yang bersangkutan. Kadang-kadang dengan deposit ini ada masalah juga misalnya kalau

[131]Tempo, *Tak Percaya Perfin? "Rasain Lu!"*, 11 Juni 1977

> film karena perhitungan Darfida kurang komersil, film tersebut tidak diambil, atau ditunda-tunda dengan alasan tunggu date (tanggal) untuk diputar. Kalau didesak oleh produser baru diambil tapi minta harga dipotong karena alasan kurang komersil dan takut rugi. Kalau tidak diberi porongan, (pengedar) memblokir giro bilyet yang diberikan kepada produser. Ingat, bahwa pembayaran kepada produser/ importir selalu memakai giro bilyet yang waktunya mundur antara 1 sampai 6 bulan lamanya padahal film telah beredar. Akhirnya produser/importir terpaksa mengalah memberikan potongan.[132]

Akhirnya, dengan berjalannya mekanisme demikian, dapat dikatakan bahwa secara umum film banyak yang mengalami macet edar. Atau minimal, tidak seperti yang diharapkan produser, ketika produk filmnya bahkan tidak diketahuinya, apakah telah mencapai target pasar yang diinginkan atau tidak. Gejala-gejala kacau edar itu terbaca dalam beberapa fenomena. Di tahun 1974, Malidar Hadijuwono, seorang produser film dan anggota PPFI mengeluhkan, "Tahun enam-puluhan bioskop berjumlah 800 sedangkan film impor ketika itu hanya 250 buah. Sekarang bioskop tinggal 500, mengapa film impor harus 500?" [133]

Atau seperti yang dikeluhkan Menteri Penerangan Mashuri dalam wawancara tahun 1976:

> Pada awal tahun 1973 "fihak perbioskopan" melaporkan bahwa untuk gedung bioskop yang pada waktu itu berjumlah k.l. 750 buah diperlukan 600 judul film setahun. Tapi mengapa sekarang dengan jumlah bioskop 926 buah, yang berarti mengalami kenaikan k.l. 30%, kebutuhan film malah "menurun" sebanyak k.l. 40% hingga menjadi 350 judul. Jadi dulu ketika tahun 1973 itu perhitungan didasarkan apa, dan sekarang di tahun 1976 dasar perhitungannya apa? Terus terang saja jumlah film yang diperlukan secara tepat sekarang

[132]Pikiran Rakyat, *Beberapa Problematik Perfilman Nasional*, Minggu, 2 Desember 1979
[133]Tempo, Op Cit., 2 Maret 1974

> ini sulit untuk ditetapkan, terutama karena disebabkan oleh belum tertibnya tata peredaran film selama ini.[134]

Untuk mengatasi kekacauan itu, PT Perfin didirikan pada tahun 1975 dengan niatan sebagai "semacam polantas" bagi tata edar film, seperti yang dinyatakan oleh produser Turino Junaidi,[135] dan diharapkan dapat mengatasi problem *broker* yang menurut istilah John Tjasmadi, merupakan "parasit" bagi perfilman nasional.[136] Sebagai cerminan itikad baik didirikannya PT Perfin, saham perusahaan itu dimiliki bersama oleh PPFI dan GPBSI, dua pihak yang selama ini anggotanya kerap saling menyalahkan. PT Perfin diberi kuasa untuk "memaksa" pasar mengedarkan film-film nasional, terutama dalam hal bermanuver di antara arus film impor yang telah mapan. Namun apakah pelimpahan kuasa itu berjalan efektif?

> Ketidak-puasan para produser tidak lain karena jangka waktu peredaran film yang sangat lama. Apalagi setelah diputarnya film nasional melalui Perfin, hanya *Tarzan Kota* yang mencatat jumlah penonton paling banyak. "Kalau tidak ada yang menonton, itu bukan kesalahan Perfin. Bikin film bagus tentu banyak yang menonton", kata Hofman. Para produser menjawab: "Ya bikin film bagus sih boleh. Tapi kalau untuk beredar masih harus menunggu 6 atau 7 bulan, bagaimana bisa produksi lagi?"[137]

Keluhan semacam itu kerap berakar dari lamanya antrian film nasional untuk memasuki bioskop. Kenapa PT Perfin seakan belum bertaji? Di luar modal "memaksa" lewat SKB 3 Menteri, PT Perfin sendiri masih harus berjuang keras dengan sumber daya dan infrastruktur yang minim untuk memosisikan diri sebagai perusahaan distributor yang disegani. Akibatnya, tidak semua wilayah pasar bisa diterobos, dan banyak wilayah edar film yang enggan mematuhi ketentuan itu.

[134]Tempo, *Sekali Lagi Menteri Mashuri…*, 6 Nopember 1976
[135]Tempo, *Pertolongan Tiga Menteri,* 5 Juli 1975
[136]Tempo, *ibid.*
[137]Tempo, *Jual Bebas Sekarang*, 14 Pebruari 1976

Bulan lalu, PT Perfin membuka cabang di Medan, satu langkah lagi maju sesudah beroperasi di DKI, Surabaya dan Ujung Pandang. Di tempat, di mana PT Perfin sudah berpijak, semua bioskop harus mematuhi kalender pemutaran film nasional yang ditetapkannya. Tapi PT Perfin baru terbukti sukses dalam hal kalender, belum berhasil mengganti peranan broker maupun *flatter*. Ini disebabkan PT Perfin tidak memiliki uang tunai untuk meminjamkan pada produser. Maka masih sering terjadi, meskipun di DKI sendiri, produser mengedarkan filmnya via *broker* karena ingin cepat memperoleh uang muka.[138]

Bahkan bagi beberapa propinsi yang merupakan pasar subur film nasional seperti Sulawesi Selatan, peran PT Perfin justru terkesan dianggap mengganggu. Saat permintaan terhadap film nasional menggunung, kurangnya sumber daya PT Perfin dikhawatirkan justru mengancam kelancaran peredaran yang berisiko terjadinya penumpukan dan antrian panjang. Akibatnya, film-film banyak yang tetap diedarkan melalui tangan *broker* yang rata-rata bersikukuh dengan sistem beli putus.

Baik terhadap distributor biasa maupun PT Perfin, problem yang melanda tampaknya serupa: infrastruktur. Seperti yang dikatakan Johan Tjasmadi, "Transportasi tak lancar, tak ada jaminan keamanan terhadap film yang dikirim."[139] Juga menurut Tjasmadi, sistem pengedaran film yang di daerah-daerah kebanyakan menempuh sistem jual putus memberikan dampak lain. Karena membeli film untuk daerahnya masing-masing, pengedar-pengedar daerah baru mau membeli sebuah film kalau film itu sukses di Jakarta. Akibatnya, setiap pemilik film berdesakan untuk mendapatkan waktu pemutaran di Jakarta.

"Jika grup (bioskop) ini (New Garden Hall, yang dianggap barometer kesuksesan film nasional di Jakarta, pen.) cuma sanggup memutar dua film nasional sebulan, 24 setahun, sedang film nasional dibuat sampai lebih 50 per tahun, apakah tidak wajar jika terjadi penumpukan?"[140]

[138]Tempo, *Op Cit.*, 11 Juni 1977
[139]Tempo, "*Film Indonesia untuk Indonesia*", 12 Januari 1974
[140]John Tjasmadi, dalam Tempo, Haruskah *Bang Ali Memaksa Kita*..., 16 Agustus 1975

Secara umum dapat dilihat perbedaan utama model distribusi di Indonesia dengan model mapan di Amerika. Yaitu bahwa distributor Indonesia lebih berfungsi sebagai penguasa lokal yang "menjaga gerbang pasar", dan relatif jarang ikut menanggung risiko pembuatan film.[141] Bisa disebut pula minimnya transparansi pasar, yaitu ketika minimnya akses terhadap informasi kondisi pasar membuka peluang bagi percaloan dan raja-raja kecil di daerah. Menpen Mashuri mengatakan, "Risiko besar para produser itu disebabkan karena banyak terjepit oleh para broker. Broker ini memegang posisi kunci." [142]

* * *

Dari rentetan uraian kejadian di atas, dapat disarikan beberapa karakter yang khas pada pelaku industri distribusi film di Indonesia sebelum memasuki Fase Transisi:

1 pembagian wilayah yang ketat;

2 sistem jual beli putus, yang bahkan bisa berantai di setiap tingkatan hirarkis daerah. Pengedar daerah bisa menjual lagi ke yang level kota, dan seterusnya.

Kedua hal itu menunjukkan gejala belum matangnya industri. Mekanisme ini menurut J.B Kristanto, terjadi karena industri ini masih berada dalam kondisi darurat pasca AMPAI, seperti telah dijelaskan di atas (Kristanto, 1986). Namun kondisi darurat itu tidak kunjung berakhir dan tidak kunjung diperbaiki.

Menurut J.B. Kristanto pula (ibid), skema jual-beli putus menandakan bahwa ada suasana ketidakpercayaan di antara para pelakunya. Alih-alih menjalin kerjasama jangka panjang, transaksi yang cepat dan segera menghasilkan jauh lebih disukai, dan kalau bisa, berakhir saat itu juga. Hal ini bahkan terjadi hingga pada tingkat yang berlapis, seperti tampak pada kasus PT Candra Dewi di atas. Selain itu, mekanisme pembagian

[141]Memang ada upaya untuk turut menginisiasi ide-ide pembuatan film berdasarkan pengamatannya terhadap pasar dengan jaminan pembelian hak edar film yang akan diproduksi. (Rahim Latief, 2011) Namun menurut pengakuannya pula, kondisi ini baru diinisiasi di wilayah Jawa Timur.

[142] Tempo, *Op Cit.*, 6 Nopember 1976

wilayah juga mengisyaratkan adanya suasana ketidakpercayaan. Pengedar dari satu wilayah bersepakat untuk tidak "macam-macam" di wilayah pesaingnya, karena masing-masing pihak hanya punya pegangan pasti di daerahnya masing-masing. Perilaku ini mengingatkan kita pada mekanisme pembagian wilayah antar preman atau gangster, yang selaku pebisnis ilegal, harus beroperasi dalam suasana saling curiga dan selalu awas terhadap kemungkinan saling jegal.

Meminjam analisa Stuart Plattner (1985), suasana ketidakpercayaan ini bisa tumbuh subur jika kondisi pasarnya sendiri tidak transparan. Praktik semacam ini, meskipun cenderung merugikan salah satu pihak dan mencerminkan pemikiran jangka pendek, tetap merupakan cara yang paling aman dalam suasana pasar yang kekurangan informasi. Singkatnya, sebuah adaptasi yang bersifat "apa boleh buat" di tengah situasi yang memaksa.

Mekanisme adapatasi terhadap ketidaktransparanan pasar dapat terwujud dalam beberapa cara. Menurut Plattner, yang paling efisien adalah [1] *kemitraan yang berbasis saling percaya dan sifatnya tertutup*. Namun penulis berargumen bahwa mekanisme kemitraan seperti demikian bukanlah satu-satunya mekanisme adapatasi yang mungkin terjadi. Artinya, dengan kondisi pasar yang sama-sama tertutup, dengan variabel yang sedikit berbeda, penyikapannya bisa berbeda. Ujungnya, terbentuklah mekanisme adaptasi yang lain. Untuk pasar yang tertutup tetapi stabil, kemitraan informal dapat dilakukan. Untuk yang kurang stabil, [2] terjadi *sistem jual-beli putus* yang sudah dibahas sebelumnya, dan dilakukan antara pihak-pihak yang tidak dapat yakin akan terjadi hubungan jangka panjang. Lalu dalam sebuah sistem yang diintervensi oleh pihak yang berkuasa, muncul potensi adaptasi lain, yaitu [3] *politik berbasis kedekatan* dengan siapapun yang berkuasa itu sehingga memunculkan fenomena suap menyuap.

Apapun mekanisme adaptasinya, dengan asumsi bahwa kondisi pasar tidak transparan, maka kita hampir dapat memastikan,

bahwa bagi para pelakunya, ini ibarat berjualan dalam gelap, dan dengan sendirinya tidak ada jaminan keamanan dan kepastian. Dari titik ini, maka muncul akibat lanjutannya, yang terus berputar bagaikan lingkaran setan.

Pertama, industri ini menjadi penuh dan riuh oleh "petualang-petualang" yang belum dapat dibuktikan visi dan dedikasinya terhadap industri film secara keseluruhan. Menurut istilah Yoshihara Kunio dalam bukunya *Kapitalisme Semu Asia Tenggara* (1990), pelaku bisnis semacam ini disebutnya "pencari rente" (*rent-seeker*) yang berciri khas ingin mencari untung cepat, tidak mandiri, dan tidak memiliki strategi jangka panjang. Di sini tampak, mental pelaku bisnis bukan semata ditentukan oleh kepribadiannya. Manuver para *rent-seeker* ini dapat dikatakan wajar terjadi dalam batasan kondisi yang memaksa, meskipun tidak untuk menjadikannya pembenaran. Sejujurnya, siapakah yang berani berpikir jangka panjang dan menginvestasikan hartanya dengan risiko tinggi tanpa ada setidaknya kejelasan kondisi pasar?

Kedua, maka lalu tercatat bahwa lalu industri perfilman –termasuk distribusi– menjadi berjalan di tempat. Karena medannya tidak pasti, para pemainnya lebih suka menjadikan medan tempur ini sebagai "lahan perjudian" belaka, dan menanamkan keuntungan dari bisnis perfilmannya ke lini bisnis lain yang lebih pasti. Padahal menurut perhitungan kasar saja (Kristanto, 1986), seharusnya laba yang dihasilkan dari industri distribusi film sangatlah besar. Namun dengan bocornya perputaran uang seperti itu, yang dirugikan adalah industrinya sendiri, yang lalu tidak kunjung berkembang.

Ketiga, karena akses terhadap informasi kondisi pasar begitu minim, terbukalah peluang bagi percaloan dan raja-raja kecil di daerah yang memanfaatkan pengetahuan lokalnya sembari menghalangi pihak lain memperoleh pengetahuan itu. Pada gilirannya, karena kelangsungan hidup para calo dan raja-raja kecil ini bergantung kepada tetap tertutupnya akses, tidak heran situasi ini akan terus berusaha dipertahankan jika tidak ada intervensi yang strategis.

Posisi Para Pelaku Bisnis

Sejak dibukanya kran impor, para pelaku industri berada dalam posisi yang serba tanggung. Misalnya yang tercetus sebagai akibat dari SK Menpen No. 51/Kep/Menpen/1976 yang mewajibkan importir film merangkap menjadi produser sebagai syarat untuk memasukkan film dari luar negeri. Hal ini saja sudah memaksa importir harus sekaligus bertindak sebagai produser. Sementara itu, ketiadaan regulasi yang mengatur posisi pelaku usahanya sendiri menyebabkan banyak terjadi tumpang tindih kepemilikan dan kepentingan dalam struktur industri film. Seperti misalnya yang dinyatakan oleh Gunawan Prihatna dari PT Tobali Film pada tahun 1975:

> "…soal jalur bioskop itu bukan soal gampang. Ikatan mereka tidak selalu soal praktis dalam booking film, sering kali mereka terikat oleh pemilikan modal yang sama."[143]

Pada masa Fase Bebas dan Fase Tata Niaga, produser kerapkali bertindak sebagai importir dan juga bahkan *booker* dan *broker* film. Umumnya importir yang merangkap produser itu mengharapkan untung besar hanya dari film asing, sedangkan dari film nasional mereka menyediakan diri rugi, umpamanya 10%. Hingga, akibatnya, produksi mereka biasanya asal jadi, bermutu rendah. Perhitungannya seperti ini. Pada tahun 1976, jatah film impor adalah sebanyak 5 judul untuk setiap satu produksi film nasional. Pertama-tama, importir menetapkan biaya produksi serendah mungkin, misalnya Rp 30 juta per judul dengan risiko rugi 10% saja. Sedangkan importir tersebut dapat menangguk untung hingga 100% per judul dari film impor, misalnya seharga Rp 20 juta. Maka 5 judul impor bisa membawa rezeki Rp 100 juta. Maka kerugian 10% dari nilai produksi Rp 30 juta hanyalah sekadar biaya yang bisa ditenggang. Strategi ini barangkali efektif bagi sang pelaku, dan tidak ada pihak yang dirugikan, selain industri film nasionalnya sendiri secara keseluruhan. Produser-importir jadi kekurangan insentif untuk membuat karya yang benar-benar bagus, dan industri terpaksa

[143]Tempo, "*Haruskah Bang Ali Memaksa Kita*…", 16 Agustus 1975

bergantung kepada itikad baik produser film untuk menciptakan karya bagus.

Meskipun tampaknya bisa dianggap sebagai anekdot belaka, tampaknya ada isyarat awal bahwa pelaku industri distribusi film di Indonesia memang sudah sejak lama mengalami kerancuan. Dari nama yang disandang GIPRODFIN saja sudah terisyaratkan setidaknya satu hal penting: tingginya posisi impor(tir) dalam industri film Indonesia. Dari sinilah kartu matinya: jika importir sampai melebarkan sayap ke ujung strategis lain dari mata rantai industri perfilman –yaitu eksebisi– maka terbukalah peluang untuk menguasai jalur distribusi –dan juga secara keseluruhan, industri– film.

> Mashuri, sebagaimana disiarkan harian Berita Yudha(menyatakan), "para importir film itu umumnya pemilik bioskop."[...] Karena memiliki bioskop itulah maka para importir itu kabarnya sering mensabot film-film nasional yang diputar di bioskop mereka."[144]

Bisa diduga, kalangan eksebitor kembali menangkis dengan sengit. Rudi Lukito, manajer jaringan bioskop New Garden Hall menyatakan:

> Kelihatannya kita pemilik bioskop selalu jadi sasaran kemarahan Menteri Penerangan. Katanya kita mengecilkan suara dan mengaburkan gambar kalau lagi mutar film nasional. Nonsens. Sebab artinya mau bunuh diri. Coba menteri nonton di Tanjung Priok, tidak bakal ketemu itu suara dikecilkan dan gambar dikaburkan. Tapi coba periksa film nasional. Akan ketahuan bahwa prosesingnya banyak yang tidak beres, pengisian suara dan opname tidak betul, sehingga suara tidak jelas dan gambar jadi kabur."[145]

Dari pernyataan Mashuri dan Rudi Lukito, dengan menyisihkan masing-masing tuduhan, menyisakan permasalahan yang jelas, yaitu integrasi vertikal.

[144]Tempo, *Kalau Film Impor Distop...*, 2 Oktober 1976
[145]Tempo, *ibid*.

Integrasi vertikal merupakan perjanjian yang terjadi antara beberapa pelaku usaha yang berada pada tahapan produksi/operasi dan atau distribusi yang berbeda namun saling terkait. Bentuk perjanjian yang terjadi berupa penggabungan beberapa atau seluruh kegiatan operasi yang berurutan dalam sebuah rangkaian produksi/operasi. Intinya adalah penguasaan serangkaian proses produksi atas komoditi tertentu mulai dari hulu sampai ke hilir atau proses yang berlanjut atas suatu layanan jasa tertentu oleh pelaku usaha tertentu.

Sesungguhnya integrasi vertikal tidak berdampak langsung terhadap mekanisme persaingan sehat. Namun tingkatan keuntungan yang didapat dari cara ini menunjukkan bahwa bahaya itu selalu mengintai. Umumnya rasionalisasi integrasi vertikal adalah:

1 **efisiensi,** yaitu untuk lebih memudahkan proses transaksi, menghemat biaya dan tenaga, dan pada akhirnya, menetapkan harga yang bersaing;

2 **kemudahan akses** ke bahan baku atau ke pasar;

3 kemudahan melakukan manipulasi harga untuk menguasai pasar;

4 setelah menguasai pasar, **mematikan pesaing** menjadi terlalu mudah.[146]

Tampak bahwa poin [1] dan [2] masih sah untuk dilakukan, tetapi batasan untuk mencegahnya beralih ke poin [3] sangat kabur, sehingga bahaya poin [4] selalu mengintai. Di sinilah peran regulator sebagai wasit untuk selalu mengawasi peta industrinya.

Nyatanya, dalam industri distribusi film di Indonesia, tidak ada mekanisme untuk mengendalikan integrasi vertikal. Akibatnya, ada kemungkinan dua hingga tiga tahap dalam lini produksi film (produksi-distribusi-ekshibisi) dilakukan sendiri oleh satu pihak. Pada gilirannya, penguasaan yang tepat pada jalur-jalur

[146]disarikan dari Peraturan KPPU Nomor 05 Tahun 2010 Tentang Pedoman Pelaksanaan Pasal 14 Tentang Integrasi Vertikal

strategis memungkinkan beberapa pihak tertentu dalam industri ini melebarkan sayap bisnisnya secara agresif tanpa halangan apapun dari pihak yang biasanya dianggap sebagai regulator, yaitu pemerintah. Di AS, titik krusial inilah yang terbukti membuat iklim perfilman era 1930-an menjadi tidak sehat, dan kemudian diintervensi oleh pemerintah lewat Vonis Paramount tahun 1948 yang melarang integrasi vertikal itu.

Di Indonesia, bahkan pada fase bebas dan tata niaga itu, sesungguhnya integrasi vertikal juga terjadi. Banyak distributor-importir yang juga pemilik bioskop, atau minimal terafiliasi erat dengan bioskop tertentu. Satu-satunya penghalang dari para pemain ini berekspansi lebih jauh adalah bahwa jumlah mereka banyak sekali, dengan jalur edar dan bioskop masing-masing, sehingga integrasi vertikal yang terjadi hanya sampai berdampak pada efisiensi transaksi masing-masing jalur, tetapi tidak sampai mematikan persaingan.

Pada Fase Transisi, penghalang lemah berupa banyaknya pemain itu perlahan runtuh lewat munculnya konglomerasi yang dipicu deregulasi perbankan di masa keemasan ekonomi Indonesia tahun 1980-an, dan dipadu dengan kekuatan politis yang sumir, sehingga para pelakunya termudahkan dalam mengatur arus modal internal. Tidak ada lagi penghalang untuk beranjak ke tahap manipulasi harga dan pematian pesaing, seperti yang terantisipasi dari logika integrasi vertikal tadi. Akhirnya, yang bermodal kuat semakin enteng dan minim risiko dalam melakukan ekspansi. Yang terkena dampak, tentu yang bermodal lemah. Di titik ini, batasan ekspansi hanya pada etika usaha saja, sampai sejauh mana pihak-pihak tertentu "tega" melakukan apa saja untuk melebarkan sayap bisnisnya.

Beberapa kasus seperti tercatat dari periode awal 1990-an menunjukkan bahwa kerapkali film nasional menjadi korban dari keputusan-keputusan bisnis yang bersifat konglomerat dan terlanjur menggurita. Di antara beberapa kasus yang mencurigakan itu antara lain rusaknya AC bioskop pada saat jadwal pemutaran film nasional, di antaranya *Tjoet Nja' Dhien*,

di mana terjadi pembukaan loket penjualan karcis bioskop yang dipercepat dan ditutup sebelum waktunya, jam pemutaran film utama dipercepat, atau bahkan film nasional yang masih ramai dipadati penonton dicabut untuk kemudian diganti film impor.[147] Pada kasus lain, film *Buah Hati Mama* yang padat penonton di kota Malang, ternyata hanya kebagian masa putar selama dua hari.[148] Kasus yang paling terkenal tentu saja yang menimpa film *Langitku Rumahku*, sekaligus menjadi tonggak berakhirnya kejayaan film nasional di masa Orde Baru.

Meskipun barangkali terlampau berasumsi jika muncul tuduhan ada niatan sengaja mematikan film nasional, yang tampak kuat adalah gejala bahwa film nasional menjadi korban dari mekanisme distribusi yang menyempit dengan keputusan-keputusan bisnis yang berbasis kepentingan komersial. Sementara itu, pada titik ini sudah jadi pengetahuan umum bahwa industri distribusi film bergantung kepada pasokan film impor. Dengan mengikut logika pasar semata, dan menyimak banjir film impor kian seperti terpapar gambaran jumlahnya di tabel 5.2 dan tabel 5.3, maka tidak mengejutkan jika pada gilirannya keputusan-keputusan bisnis yang dibuat sebisa mungkin –tanpa ada lagi pagar hukum– mengutamakan komoditi yang dianggap lebih menguntungkan, dalam hal ini, yaitu film-film impor.

Menarik jika kita mengingat lagi pola bisnis gangster yang telah disinggung tadi. Sifat alami mereka yang ilegal memang mengharuskan adanya suasana pasar yang tidak transparan, sehingga mereka terpaksa berbisnis dalam kondisi saling curiga, betapapun menguntungkan komoditinya. Maka lalu timbul pertanyaan: kenapa dalam bisnis yang legal semacam distribusi film, kondisi transparan itu tidak ada? Semestinya di sini peran pemerintah: membuka informasi pasar demi memastikan para pelaku bisnis dapat berkompetisi dengan sehat, lalu bertindak sebagai wasit untuk menindak yang berlaku curang.

---

[147]A. Rahim Latief, *Dari BKIF ke Konsorsium sampai Asosiasi*, Berita Buana, 1990, tanpa data tanggal dan bulan.

[148]Tempo, *Insan Film Mengetuk DPR*, 6 Juli 1991

Di Indonesia, ada kecenderungan lama lestarinya pemikiran bahwa konflik dan persaingan bebas itu tidak layak. Apa lagi di dalam kondisi industri distribusi film, di mana film nasional dirasakan sulit bersaing dengan film impor. Di wilayah ini, kekhawatiran akan terjadinya penindasan terhadap pelaku pasar yang lemah kian menjadi. Penulis percaya bahwa pada hingga tingkat tertentu, intervensi pemerintah tetap dibutuhkan, sebagai regulator supaya kondisi pasar terbuka bagi semua pihak, dan mencegah terjadinya salah satu pihak dirugikan secara tidak adil.

Namun sejak Fase Bebas, telah muncul kecenderungan untuk "melawan" mekanisme pasar bebas dengan mekanisme pasar yang hampir sepenuhnya dikendalikan. Selain dari Bachtiar Siagian, pendapat yang cukup populer di masa itu juga menyatakan:

> *Usaha2 jang intensif untuk mentjapai ini akan lemah djuga, djika tidak disertai dengan distribusi-terpimpin. Mengapa kita bitjara tentang distribusi-terpimpin disini? Lain tidak karena producer nasional telah selalu menelan pengalaman pahit dengan booker dan eksploitan bioskop orang asing. Hanja distribusi-terpimpinlah jang bisa menghentikan manipulasi jg kurang adjar dalam politik distribusi dari golongan tersebut terhadap pemutaran film Indonesia.*[149]

Kata kuncinya di situ adalah "distribusi terpimpin". Sayang, dalam praktiknya, bentuk "pembinaan" film nasional seringnya berupa pemberian batasan-batasan belaka dalam penentuan konten film. Hal ini erat kaitannya dengan kebijakan sensor, dan tidak akan dibahas di sini. Terkait distribusi, bagi pemerintah, tampaknya yang lebih perlu diatur adalah bagaimana supaya industri film dan distribusinya dapat diawasi dan dibina sesuai arahan, bukan pada pertumbuhan industrinya.

[149]Zen Rosdy dan W. Sihombing, Majalah Aneka Olahraga dan Film No. 3 tahun XI, 20 Maret 1960, hal. 21-22,24

Lewat mekanisme pengelompokan dan penertiban importir, Menpen Mashuri kala itu mengeluarkan kebijakan yang membuka jalan konsentrasi kontrol sektor impor film di tangan sekelompok kecil pengusaha besar yang punya hubungan dengan pejabat-pejabat birokrasi negara. Ia mengakomodasi munculnya struktur mekanisme pasar yang menempatkan

sekelompok kecil importir nasional dalam posisi diuntungkan dibanding sejumlah besar produser film nasional (Purwantari, 2010. Hal. 28). Karena beberapa importir mengajukan keluhan tentang tingginya harga beli film impor yang ditawarkan pihak asing akibat importir Indonesia banyak dan saling bersaing, Menpen Mashuri memutuskan importir Indonesia harus membentuk diri sebagai unit-unit pembeli dalam bernegosiasi dengan pihak asing.

> *"Kenapa konsorsium? Ya, itu pengelompokan. Soalnya karena kemarin kita Jadi korban permainan adu domba para distributor atau eksportir luar negeri. Film yang mestinya seratus ribu bisa dua kali lipat. Tentu saja harga karcis dalam negeri juga ikut terpengaruh. Konsorsium itu sistimnya macam koperasi. Menurut pendapat saya, pembinaan film nasional harus dengan prinsip yang kuat membantu yang lemah. Impor ini bisa disebut tambang emas, dan produksi itu tidak disenangi orang. Jadi sekarang ini bagaimana supaya yang lemah itu dirangsang oleh yang kuat."* [150]

Argumen ini sejalan dengan kebijakan ekonomi nasional saat itu: "*building of national giants in an attempt to counterbalance the power of the foreign giants*" yang disusun CSIS (Centre for Strategic and International Studies). Pertimbangan lainnya adalah kepentingan keamanan terhadap film-film Cina. Ada kekhawatiran kemungkinan masuknya film-film dari RRC yang membawa paham komunis dan dari Hong Kong & Taiwan yang bisa meningkatkan sentimen etnik Cina. Akan lebih mudah melacak bila importer nasional itu sedikit jumlahnya (Purwantari, 2010 dan lihat juga Sen, 1987). Perubahan dari BKIF ke KIF

[150]Wawancara Menpen Mashuri, Tempo, *Mashuri Menjawab Kerisauan*, 29 Mei 1976

dan belakangan ke AIF adalah usaha-usaha pemerintah untuk mengendalikan gerak pelaku pasar itu.

Boleh jadi justru di wilayah pemasaranlah kebijakan pemerintah kerap menemui sandungan. Alih-alih menjamin situasi yang kondusif bagi pertumbuhan pasar yang sehat, rezim Orde Baru lebih menekankan kepada tujuan pengendalian, seperti yang tersirat sekaligus tersurat dari pernyataan berikut:

> Yang berhak membeli sertifikat produksi: para importir film yang diakui Pemerintah, dan disetujui untuk memperoleh jatah film impor berdasar quota. [...] Yang berhak mendapat sertifikat produksi yaitu film nasional yang telah dinilai oleh Lembaga Pengembangan Film Nasional (Lepfinas).[151]

Artinya ada mekanisme kendali yang cukup kuat. Pintu dan meja pengaturan diperbanyak, dan membuka peluang main mata yang lebih banyak.

Ironisnya, dengan pendekatan keamanan seperti itu, kebijakan yang dikeluarkan kerapkali seakan tidak jelas arahnya, dan bahkan memberikan kesan tindakan reaktif. Aturan dan pewajiban diedarkan, tetapi tidak ada mekanisme pelaksanaan yang menjadikan aturan-aturan tersebut dapat ditegakkan. Ujungnya, yang paling dirugikan adalah industrinya sendiri. Kasus paling nyata terjadi pada PT Perfin yang diberi kuasa SK tetapi tidak punya modal yang cukup untuk menceburi bisnis peredaran film. Sederhananya, Perfin seharusnya membeli langsung film nasional dari produsen. Namun Perfin hanya dibekali surat penunjukan tanpa dukungan uang sebagai modal yang dapat memperjelas fungsi Perfin. Hal ini yang membuat kaum broker dan booker tetap merajalela dalam pasar yang masih tertutup dan infrastruktur yang belum memadai.

Di wilayah impor, mekanisme kuota impor menyebabkan pelaku usaha banyak berspekulasi. Misalnya penjatahan film impor yang dilaksanakan dalam kurun waktu pertengahan hingga

[151]Tempo, *Menanti Jatah*, 27 Agustus 1977.

akhir 1970-an. Sudah menjadi kesepakatan bahwa setiap tahun kuota itu akan dikurangi sambil niatnya meningkatkan produksi film nasional. Namun penetapan kebijakan yang tidak konsisten kerap membuat importir kalang kabut. Pada tahun 1976, penetapan jumlah kuota impor yang berkurang secara tiba-tiba membuat banyak importir yang terlanjur membeli film kalang kabut. Sebanyak 400-an kopi film impor tertahan di Bandara Halim Perdanakusumah.[152] Sebaliknya, di tahun 1977, pemerintah lambat mengumumkan penetapan kuota impor, sehingga importir tidak berani membeli banyak, dan mengulur-ulur waktu peredaran atas dasar kekhawatiran kehabisan persediaan film di pasaran.[153] Intinya, usaha pemerintah mengendalikan gerak pasar dengan senjata surat keputusan lagi-lagi menemui kegagalan.

Dukungan lain pemerintah yang paling terkenal adalah yang berupa pewajiban penayangan film Indonesia yang diatur dalam SKB 3 Menteri tahun 1975. Di mata para pelaku industri film yang lebih pragmatis, mekanisme pewajiban seperti ini menyalahi hukum pasar. J. Wenas, seorang mantan booker era Fase Bebas menolak ketika ditawari menjadi direktur PT Perfin yang berkewajiban menegakkan SKB itu.

> "Sorry, saya seorang profesional. Kata 'wajib' dan 'penertiban' membuat saya tidak bergairah untuk turut campur, sebab berangkat dari wajib dan penertiban artinya kita sudah kehilangan kebebasan […] film itu dinamis, fleksibel dan selalu dihadapkan pada 'option' atau 'alternates. Butuh kreativitas dan harus lincah."[154]

Namun bagi produser film nasional, ini adalah proteksi yang dibutuhkan. Barangkali terlalu nyaman, sehingga Tjasmadi mengklaim bahwa proteksi ini membuat produser film terkesan memaksakan haknya untuk memutarkan film nasional, meskipun mutu dan potensi pasarnya dianggap tidak mencukupi.[155]

[152]Tempo, *Mashuri Menjawab Kerisauan*, 29 Mei 1976
[153]Tempo, *Menanti Jatah*, 27 Agustus 1977
[154]HM. Tjasmadi, *Op Cit.*, hal.133
[155]*ibid.* hal 134

Di masa AIF (berdiri 1978), kewajiban pembelian sertifikat produksi bagi importir tetap diberlakukan, tapi kewajiban memproduksi film dihilangkan. Tampaknya ini untuk menghindari permainan importir-produser, dan mempertahankan peran pengelolaan dana oleh pemerintah sendiri dengan mekanisme sertifikat produksinya. Di masa ini pula, di bawah kendali Ali Moertopo, ketentuan "kultural edukatif" mulai didengung-dengungkan. Sementara itu, pemerintah tidak sendirian menjalankan mekanisme "distribusi terpimpin"-nya dengan badan bentukan sendiri yang diberi kuasa, melainkan menunjuk pihak-pihak swasta. Belakangan, metode ini terbukti sangat rawan dibelokkan ke arah favoritisme.

Dengan dibentuknya konsorsium, para importir sudah tidak berhak lagi untuk mengimpor. Tugas membeli film impor ada di tangan ketua konsorsium atau badan pelaksananya. Dari sinilah kegelisahan para importir berakar. Mengubah kebijaksanaan Menteri dianggap sebagai jalan yang musykil. Jalan yang paling baik adalah mendekati pengurus konsorsium. Pada titik ini, pengurus/ketua konsorsium mulai mendapatkan kartu penentu yang sanggup menentukan hidup mati para anggotanya. Dan dimulailah pengelompokan bernuansa klan dan permainan politik berbasis kedekatan (*proximity-based politics*). Permainan semacam ini dapat terjadi di dua tingkatan, baik dari importir ke ketua asosiasinya, maupun ketua asosiasi dengan pihak regulator/pemerintah.

Kasus yang dapat dijadikan bukti-bukti kerawanan itu antara lain penunjukan CV Asia Baru sebagai importir tunggal film Mandarin. Fakta lain menunjukkan bahwa Prananto, sang direktur Asia Baru itu ternyata juga merangkap sebagai pengusaha kapal kontainer dari Semarang (Situmorang, 2003. Hal. 4) yang artinya dia memiliki akses yang sangat bagus bagi proses keluar masuknya arus barang dari dalam dan keluar negeri. Penunjukan ini nantinya terbukti akan menjadi preseden bagi kecenderungan untuk pemusatan kegiatan pengimporan film secara umum. Tak lama kemudian, pemerintah menetapkan pembentukan BKIF atau Badan Koordinasi Importir Film,

yang diarahkan pada sistem *single buying agency*. Namun penelusuran Majalah Tempo menunjukkan petunjuk adanya aroma KKN yang kuat di seputar penunjukan ini, yang jejaknya mengarah ke badan-badan keamanan semacam Kopkamtib dan RPKAD.[156] Sungguhpun demikian, klarifikasi resmi menyatakan bahwa alasan penunjukan ini hanyalah bermotifkan keamanan belaka, karena kekhawatiran terhadap pengaruh-pengaruh Cina lewat film-filmnya.[157] Belakangan, penunjukan CV Asia Baru itu diprotes, apalagi setelah dalam pelaksanaannya, perusahaan itu hanya bertindak sebagai pemungut *fee* dari setiap transaksi yang dilakukan importir-importir yang dibawahinya.

Kasus lain yang terjadi di era AIF adalah pungli yang dilakukan PT Daramage Films yang mengetuai Asosiasi Importir Film Eropa-Amerika.[158] Gejala penguasaan jalur edar ke bawah tampak dari ditunjuknya secara sepihak Honolulu Films sebagai pengedar tunggal wilayah Jawa Timur. Sementara itu, di Jawa Tengah, Sanggar Film –distributor yang bermarkas besar di Semarang –sudah sejak sebelumnya ditunjuk sebagai pengedar tunggal film Mandarin di wilayah tersebut oleh PT Suptan. Sanggar berhasil merontokkan Dwi Sendang, distributor yang ditunjuk Honolulu untuk peredaran film Eropa-Amerika. Dengan bekal film-film nasional, Asia non-Mandarin, dan Mandarin, Sanggar Film terbukti berjaya di Jawa Tengah dalam melawan "serbuan" Honolulu.[159]

Dari peristiwa di atas, dapat teramati bahwa badan-badan swasta yang ditunjuk cenderung menggunakan wewenangnya secara agresif, dan pada akhirnya justru saling memangsa.

[156]Tempo. *03*, 8 Juli 1972
[157]Tempo, *ibid*.
[158]A. Rahim Latief, *Op Cit*., Berita Buana, 1990.
[159]Yang ironis, dari kasus runtuhnya Honolulu Film dan Dwi Sendang di Jateng oleh Sanggar Film yang sudah berada di bawah asuhan PT Suptan, justru ada petunjuk bahwa monopoli bermula dari "pemanfaatan" atas berjayanya film nasional di daerah. Fenomena ini terjadi di era AIF, persis sesudah Ali Moertopo mendirikannya sesudah membubarkan KIF. Catatan kelak menunjukkan, bahwa melesatnya pemain-pemain yang menunggangi kesuksesan film nasional ini jugalah yang lantas menjadikan film impor Amerika-Eropa sebagai anak emas, begitu ada kesempatan. Dan film nasional mengalami nasib bagaikan "habis manis sepah dibuang".

Insiden-insiden terkait tata niaga tidak hanya berupa penyalahgunaan wewenang. Di masa KIF, ketika film impor "diperas" untuk membiayai produksi film nasional, muncullah mekanisme main mata yang baru. Selain fenomena campur aduk dan tumpang tindihnya importir dan produsen film, produksi kejar jumlah belaka. Namun kadang-kadang muncul juga permainan yang sangat "kreatif".

Di antara kasus lain yang menyolok terjadi pada tahun 1977, yaitu terjadinya kehebohan di seputar pembuatan film *Operasi Tinombala* yang tiba-tiba memperoleh jatah impor di muka sebelum filmnya selesai dibuat. PT Jati Film Jaya yang memproduksi film *Operasi Tinombala* dikabarkan memerlukan biaya yang sangat besar bagi pembuatan film itu ditambah satu produksi film cerita lain lagi bertema perjuangan yang judulnya belum ditentukan. Dalam kedudukannya sebagai salah satu koordinator KIF Eropa-Amerika, Herman Samadikun yang juga bekerja di PT Jati Film Jaya lalu meminta "bantuan" kepada Deppen untuk memberikan jatah 9 judul film impor itu di muka, untuk membantu Jati Film Jaya menyelesaikan kedua film yang dijanjikan. Tentu saja timbul kehebohan. Apalagi ditambah dengan fakta bahwa *Operasi Tinombala* diberi bonus satu film impor lagi karena menyandang predikat film teladan, sementara filmnya belum dibuat. Yang mencurigakan lagi, kesembilan judul film impor keluaran CIC (*Cinema International Corporation*) tersebut semula merupakan jatah yang tertahan milik PT Dewi Ratih Film, perusahaan importir lain yang sebelumnya dikenai skorsing.[160]

Pada tanggal 27 Oktober 1980, sebuah peristiwa yang membuat Menpen Ali Moertopo sumringah tampaknya dapat memberikan satu petunjuk lagi tentang awal mula gejala favoritisme pemerintah ke badan-badan tertentu. Hari itu, Menteri Penerangan Ali Moertopo secara simbolis memancangkan tiang beton untuk proyek pembangunan gedung Dewan Pers. Proyek itu dibangun dengan dana 1,5 milyar Rupiah dari kantung pundi-

[160]Tempo, "*Apa Ini Bukan Permainan?*", 22 Oktober 1977

pundi Asosiasi Importir Film Mandarin. Bantuan pengadaan gedung tersebut, menurut Menteri Ali Moertopo, merupakan bentuk nyata pelaksanaan jiwa gotong royong.[161]

Gejala favoritisme muncul lagi justru di tengah masa kejayaan film nasional ketika AIF dipimpin oleh PT Citra Jaya Film. Pada tahun 1985, posisi PT Citra Jaya Film tiba-tiba digantikan oleh PT Suptan yang dimiliki oleh Benny Suherman dan Sudwikatmono tanpa sebab jelas. Pada momen ini, penulis berargumen bahwa inilah saatnya ketika tiang pancang pertama dari istana kerajaan monopoli telah dipasang. Pada tahun ini pula, berdiri perusahaan-perusahaan importir yang di kemudian hari dikenal sebagai bagian dari kartel penguasa jalur film impor yang memungkinkan terjadinya monopoli, yaitu PT Camila Internusa Film dan PT Satrya Perkasa Estetika. Sejak saat itu pula hingga menjelang akhir 1980-an, mekanisme tampak kian tertutup dan menunjukkan gejala permainan internal. Ekspansi diam-diam dilakukan dengan merangkul pengedar daerah ke dalam pangkuan PT Subentra, perusahaan lain milik Benny Suherman-Sudwikatmono yang bergerak di bidang eksebisi. Manuver Subentra dikenal agresif.

> Subentra sudah lama membentuk agen-agen dan distributor di daerah yang diberi kekuasaan sehingga tak ada distributor lain. Mau tak mau film harus dijual ke distributor yang ditetapkan Subentra. Artinya, posisi distributor untuk menentukan harga dan cara pembayaran lebih kuat. Film *Pagar Ayu* milik Virgo, contohnya. Di Jawa Tengah [...] film itu cuma dihargai Rp 30 juta untuk empat kopi. Padahal modal untuk membuat kopi dan iklan saja sudah Rp 12,5 juta. Celakanya, distributor membayar dengan cek yang mundur enam bulan. Setelah dimakan bunga bank, sisanya tinggal Rp 12,5 juta. Ini jauh sekali dari ongkos produksi. Tahun lalu, Virgo merugi sampai Rp 500 juta.[162]

[161]Tempo, *Satu Sumbangan*, 13 Maret 1982
[162]Tempo, *Cukup di Daerah Pinggiran*, 29 Juni 1991.

Di era Fase Transisi yang bergolak ini, pemerintah seakan mengiyakan saja setiap manuver yang dilakukan PT Suptan yang bergandengan kepemilikan dengan PT Subentra. Bahkan di banyak daerah, PT Perfin tidak berdaya melawan kemauan distributor tunjukan Subentra.[163] Apa pasal? Banyak kabar burung menyebut bahwa para pelaku usaha yang bermitra dengan Subentra memanfaatkan nama Sudwikatmono yang masih famili Presiden Soeharto sebagai "*beking*" untuk segala tindakan yang dampaknya merugikan film nasional. Tentu saja Sudwikatmono membantah:

> Pengedar film di daerah tidak mau membeli film nasional karena kekurangan modal. Hanya saja, mereka suka membawa-bawa nama Sudwikatmono untuk berlindung. Umpamanya kalau pengedar ini ditegur Pemda karena tak memutar film nasional, sering menjawab: ini perintah dari pusat, dari Pak Dwi (Sudwikatmono, pen.). "Padahal, tidak," ujar Dwi.[164]

Bantahan Sudwikatmono itu tentu tidak membuktikan banyak, kecuali bahwa ternyata memang fakta, bahwa ada pihak-pihak yang menggunakan naungan nama besar Sudwikatmono untuk berbuat semaunya. Sejauh mana gertakan itu berhasil di lapangannya, tampaknya bisa diintip dari gejala-gejala saja. Nyatanya, banyak film nasional yang lantas macet edar, dan bahkan PT Perfin tidak kuasa berbuat apa-apa.

Sementara itu, beberapa kebijakan yang niatnya mendukung film nasional justru berbalik jadi bumerang:

1. Kebijakan mewajibkan produksi satu film nasional setiap membeli sejumlah film impor telah menimbulkan fenomena pembuatan film asal jadi. Kebanyakan film nasional yang jelek, menurut pengamatan PT Perfin, lahir dari paket itu. Dan importir yang merangkap produser itu mampu melakukannya dengan mekanisme siap rugi, seumpama 10% seperti yang telah dibahas perhitungannya sebelum ini.

[163]Tempo, *ibid*.
[164]Tempo, *Film Indonesia Ketinggalan Kereta*, 13 Juli 1991.

2. SK Mendagri No.46 tahun 1983 yang membagi bioskop menjadi 4 kelas, digabung dengan ketentuan yang mengikat PT Perfin membuat film Indonesia hanya bisa diputar di satu jalur eksebisi saja.

3. SKB 3 Menteri yang mewajibkan pemutaran film nasional dengan ketentuan jumlah minimal hari pemutaran secara tidak langsung justru mengikat film nasional dalam wilayah "gugur kewajiban", yaitu ketika pihak ekshibitor memutar film nasional hanya demi memenuhi ketentuan. Kondisi diperburuk dengan adanya Kesepakatan Cipayung tahun 1986 yang menambahkan prasyarat yang bersifat ekonomi pada ketentuan tadi. Padahal justru di wilayah itu film nasional seringnya kalah posisi tawar di hadapan film nasional. Menurut Rahim Latief,[165] Kesepakatan Cipayung ini secara logis juga dapat dianggap cacat hukum, karena bagaimana mungkin sebuah kesepakatan informal mampu merevisi keputusan Menteri yang seharusnya memiliki posisi hukum lebih kuat?

4. Masih terkait SKB 3 Menteri, perkembangan konsep eksebisi ke arah sinepleks di peralihan dekade 1980-an ke 1990-an juga membuat posisi tawar film nasional malah kian lemah. Keberadaan gedung bioskop dengan layar lebih dari satu ini membuat beban *screen time quota* untuk memutar dua film Indonesia dalam sebulan atas suatu bioskop menjadi sangat ringan. Karena basis penghitungannya adalah gedung bioskop, maka pada sinepleks yang umpamanya memiliki 4 layar, 3 layar di dalamnya terbebas dari kewajiban itu, karena salah satu layar sudah dimanfaatkan untuk memenuhinya.

Secara umum, pemberian ruang yang spesial bagi peredaran film nasional ternyata, pada derajat tertentu, mengkotakkan posisi film nasional dalam ruang yang sempit, sementara film impor yang sudah terlanjur mapan secara ekonomis kian bisa melenggang. Bahkan bumerang itu kian menghantam, seperti yang tercatat dari tabel hasil studi Nanang Junaedi ini:

[165] Wawancara, 2011.

Tabel 32

PERBANDINGAN SISTEM EDAR FILM NASIONAL DAN IMPOR

Film Nasional	Film Impor
Judul harus didaftarkan ke PT Perfin	Judul tidak harus didaftarkan ke PT Perfin
Ditentukan jadwal putarnya dan harus sesuai jadwal	Bisa diputar kapan saja
Hanya dapat diputar di salah satu jalur bioskop: kelas A, atau B, atau C	Bisa diputar di semua jalur
Screen quota ditentukan	Bebas screen quota
Ada ketentuan jumlah minimal penonton hari pertama (TOF) dan penonton hari selanjutnya (HOF)	Tidak ada ketentuan
Jumlah penonton dilaporkan ke PT Perfin	Tidak ada wajib lapor
Hasil penjualan karcis dibayarkan pemilik film berjarak waktu minimal 2 minggu hingga 3 bulan	Menerima pembayaran langsung
Membayar ongkos edar sebesar 5% ke PT Perfin	Tidak dipungut ongkos edar
Iklan ditanggung pemilik film	Dibebankan kepada eksebitor/bioskop

Sumber: Nanang Junaedi (1994)

Sementara itu, di tahun yang sama (1994) muncul peraturan yang berusaha mengatur sistem industri film ini, termasuk distribusinya. Regulasi itu adalah Peraturan Pemerintah (PP) RI No. 06/1994 tentang Penyelenggaraan Usaha Perfilman. Yang menarik, dalam bagian penjelasan pasal 6 disebutkan bahwa:

> Pembedaan izin usaha impor film seluloid dan izin usaha impor rekaman video dimaksudkan untuk mencegah terjadinya pemusatan dan penguasaan usaha perfilman di satu tangan atau satu kelompok. [...] Berdasarkan pertimbangan yang sama sebagaimana dimaksud dalam huruf d dan e, maka usaha pengedaran film seluloid impor dan usaha pengedaran rekaman video impor juga perlu dilakukan oleh Perusahaan Pengedar Film Impor yang berbeda [...]

Agak menyegarkan juga bahwa di tahun tersebut muncul pertimbangan untuk menghindari sebentuk monopoli. Namun tampak dari penjelasan pasal di atas bahwa regulasi itu tidak bertaji, karena yang diatur adalah integrasi horizontal, sembari seakan melupakan fakta bahwa integrasi vertikal telah terjadi di bidang ini.

Belakangan, regulasi terbaru dan terkuat tentang perfilman, yaitu UU No.33/2009 menyatakan secara eksplisit dalam pasal 11 ayat 1:

> Pelaku usaha perfilman sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (2) dilarang memiliki usaha perfilman lain yang dapat mengakibatkan terjadinya integrasi vertikal, baik langsung maupun tidak langsung.

Namun keefektifannya masih harus diuji lagi di tengah kisruh film impor tahun 2011 yang terjadi baru-baru ini. Infrastuktur monopoli telah mapan, dan regulasi kertas semata tidak akan sanggup meruntuhkan dominasi itu.

* * *

Pada titik ini, sekilas tampak bahwa campur tangan pemerintah hanya berbuah pahit belaka. Namun penulis berargumen bahwa masalahnya terletak pada *bentuk campur tangannya*. Penulis berpendapat, bahwa tugas minimal yang wajib bagi pemerintah sebagai regulator adalah menjaga kepentingan publik. Untuk kasus tindakan yang minimal namun efektif, kita dapat melihat kasus AS.

Di saat heboh monopoli film oleh perusahaan MPPC milik Edison pada awal abad ke-20, pemerintah AS menghentikan ekspansi yang agresif dan predatorial itu, berturut-turut lewat pembatalan paten medium film[166] dan akhirnya membubarkan MPPC secara keseluruhan. Belakangan, ketika produser film yang "ditindas" oleh Edison bertransformasi menjadi entitas raksasa

[166]Kasus bertajuk *Edison v. American Mutoscope & Biograph Co*., dengan nomor kasus 151 F. 767, 81 C.C.A. 391 (5 Maret 1907)

yang akhirnya berbalik menindas lewat integrasi vertikalnya, kembali pemerintah AS mengeluarkan Vonis Paramount tahun 1948 yang melarang kepemilikan tunggal atas jalur produksi/ distribusi dengan eksebisi. Tampak bahwa dalam iklim perfilman AS, pemerintah hanya bertindak sebagai mediator dan regulator yang dipercaya untuk menjaga kompetisi bebas berjalan dengan adil.

Problem terbesar dukungan pemerintah terhadap industri perfilman Indonesia, termasuk pada aspek distribusi, terletak pada ketimpangan pendekatannya. Di satu sisi, pemerintah tampak sangat berkepentingan ingin mengarahkan perfilman nasional sesuai dengan ideologi dan batasan yang diinginkannya –dan seringkali dengan alasan keamanan. Namun di sisi lain, kebijakan yang berdampak mendalam itu ternyata tidak terstrategi dengan baik.

Demi mendapatkan pandangan yang utuh, ada baiknya kita tengok gambaran besarnya. Tindakan pemerintah semasa Orde Baru yang dirasa kurang strategis itu bukanlah berakar dari ketidakkompetenan, tetapi justru dari strategi matang yang sayangnya berorientasi keamanan dan ketertiban. Menurut peneliti Mohtar Mas'oed, rezim Orde Baru adalah kombinasi antara sistem otoriterisme-birokratik dengan korporatisme-negara (Mas'oed, 1989. Hal. 8-12). Jika konsep otoriterisme-birokratik sudah jelas mencerminkan sistem birokrasi yang otoriter, yang menarik di sini, dan penulis nilai sangat memberikan dampak pada industri perfilman, adalah konsep korporatisme-negara dengan sistem perwakilan kepentingannya. Di mata penulis, inilah konsep yang menjadikan bidang-bidang industri di Indonesia –termasuk industri distribusi film– tidak berjalan sesuai ideologi pasar terbuka.

Secara definisi, Mas'oed menyatakan bahwa korporatisme-negara yang berlaku di Indonesia semasa Orde Baru adalah:

> …suatu sistem perwakilan kepentingan di mana unit-unit yang membentuknya diatur dalam organisasi-organisasi

> yang *jumlahnya terbatas dan bersifat tunggal, mewajibkan (keanggotaan)*, tidak saling bersaing, diatur secara hirarkis dan dibedakan secara fungsional; *dan diakui atau diberi izin (jika tidak diciptakan) oleh negara dan diberi hak monopoli untuk mewakili kepentingan dalam bidang masing-masing sebagai imbalan atas kesediaan mematuhi pengendalian-pengendalian tertentu* dalam pemilihan pimpinan mereka dan dalam artikulasi tuntutan dan dukungan mereka, dengan tujuan menindas konflik kelas dan kelompok kepentingan serta menciptakan keselarasan, kesetiakawanan dan kerjasama dalam hubungan antara negara dan masyarakat (Mas'oed, *ibid*/ Hal. 13).

Itulah fenomena umum semasa Orde Baru. Dibentuknya berbagai organisasi perwakilan kepentingan yang harus mendapat pengakuan pemerintah –seperti PWI, MUI, KNPI dan sebagainya, dan bukan organisasi sejenis yang dianggap "melawan" – adalah cerminan nyata bahwa orientasi pemerintah adalah pengendalian dan penciptaan suasana harmonis yang menyangkal konflik, sesuai dengan cita-cita masyarakat Orde Baru, dengan refleksi paham "kekuasaan Jawa"-nya di Indonesia modern (lihat Fachry Ali, Refleksi Paham "Kekuasaan Jawa", 1986). Dari uraian di atas, tampak bahwa semua kebijakan tata niaga yang turut "menimpa" para pelaku industri distribusi terjadi dalam cakupan definisi tersebut.

Maka tidak heran, dengan orientasi demikian, kebijakan pemerintah yang mencampuri industri tidak dibuat dengan kerangka pikir pertumbuh-kembangan industrinya sendiri. Belum lagi fakta bahwa dengan cara kooptasi perwakilan kepentingan dari segala bidang seperti ini, pemerintah tidak perlu mengandalkan kekuatannya sendirian untuk melakukan pengendalian, tetapi cukup dengan mengandalkan kemitraan dengan pihak swasta. Sayangnya, mekanisme yang dari sananya sudah tertutup ini membuat akuntabilitas dan kredibilitas pihak-pihak yang terlibat tidak dapat digugat dan dipertanyakan.

Maka tidak terhindarkan, kehendak kendali itu berujung juga kepada kondisi pasarnya sendiri. Melalui kebijakan semacam pewajiban tayang atau kuota impor yang berganti-ganti, pemerintah berusaha mengendalikan gerak pasar melalui perintah dan kebijakan. Namun kasus PT Perfin yang tidak berdaya di hadapan arus film impor membuktikan bahwa tanpa dukungan modal yang kuat, SK sekalipun tidak akan bertaji di dalam pusaran mekanisme pasar. Kondisi ini kian diperparah dengan seringnya muncul sikap yang tidak konsisten dalam penegakan ketentuan yang telah dibuatnya sendiri. Selama Fase Bebas hingga Fase Transisi, tercatat tidak ada peraturan setaraf undang-undang yang bisa dijadikan segala dasar sumber hukum untuk perfilman. Kebanyakan bersumber dari Deppen dan dilaksanakan oleh Deppen sendiri. Ketika UU Perfilman yang pertama baru muncul tahun 1992, boleh dibilang “sudah terlambat”. Penguasaan pasar telah terjadi, dan penegakkan hukumnya sendiri patut dipertanyakan. Secara keseluruhan, hal-hal ini sangat berdampak kepada kedewasaan industri. Dalam hal industri distribusi film, buntutnya masih sangat dirasakan hingga sekarang dengan tiadanya sama sekali mekanisme yang terbuka.

Hingga titik ini, kita telah dapat melihat gambaran besarnya. Dengan pembahasan mengenai kebijakan tata niaga ini, dan menengok kembali karakter yang khas dalam industri distribusi film Indonesia di era pra-Fase Transisi seperti telah disebutkan sebelumnya:

1 pembagian wilayah yang ketat;

2 sistem jual beli putus, yang bahkan bisa berantai di setiap tingkatan hirarkis daerah. Pengedar daerah bisa menjual lagi ke yang level kota, dan seterusnya; kita dapat menambahkan satu lagi karakter yang turut menentukan, yaitu:

3 aroma KKN yang kuat, yang ironisnya berakar dari campur tangan pemerintah dalam industri perfilman.

Jika poin [1] dan [2] merupakan faktor internal dari sebuah industri yang kondisi pasarnya tertutup, poin [3] menunjukkan faktor eksternal dari badan penguasa yang ternyata –oleh sebab-sebab ideologis (korporatisme-negara) dan praktis (korupsi, ketidakefisienan kebijakan) – justru memperburuk kondisi pasar dengan menciptakan lingkungan yang kian tidak pasti, tetapi berpotensi menguntungkan bagi segelintir pemain yang sanggup bermanuver dan berdekatan dengan sosok yang tepat.

Faktor Eksternal

Dengan kondisi demikian, Amerika Serikat nyatanya kini adalah penyedia utama bagi pasokan film di Indonesia, yang artinya, berada pada posisi yang sangat krusial. Faktor ini terkait erat dengan pentingnya posisi film impor yang sudah lebih dulu dibahas. Namun, tanpa bermaksud menjadikannya pengulangan, bagian ini lebih menyorot aspek perilaku pebisnisnya sendiri, yang berada dalam posisi menjual filmnya ke Indonesia.

Momen terpenting yang mempengaruhi distribusi film di Indonesia secara umum hingga kini terjadi pada tahun 1991 ketika pemerintah melalui Menteri Penerangan menurunkan kuota impor film asing (terutama Eropa-Amerika). SK itu menentukan bahwa jatah 80 film setahun dipotong menjadi 40 judul dalam setahun.

Kebijakan ini segera memicu reaksi di Amerika Serikat, terutama dari MPEAA atau *Motion Picture Exports Association of America* yang merupakan sayap luar negeri dari MPAA atau *Motion Pictures Arts and Academy*, gabungan dari studio-studio besar dan berpengaruh di Amerika Serikat. MPEAA ketika itu beranggotakan sembilan distributor besar yaitu MGM, Paramount, United Artist, Universal, Warner Brothers, Columbia, 20th Century Fox, Orion, Walt Disney serta Carolco. Sebelum terjadinya pemotongan kuota itu, MPEAA sudah merasa terganggu oleh beberapa hal lain seperti maraknya

pembajakan film di Indonesia yang dilakukan melalui medium video dan kecenderungan terjadinya monopoli peredaran film Amerika yang dilakukan oleh Asosiasi Importir Film Eropa dan Amerika (AIFEA).

Seperti disebutkan di atas, pemerintah menetapkan kebijakan adanya penyatuan importir ke dalam asosiasi-asosasi untuk dua hal: memudahkan pengendalian dan meningkatkan posisi tawar importir film karena dengan penyatuan ini tak akan terjadi perang harga antar importir film Indonesia untuk produk yang dianggap bagus sebagaimana dijelaskan dalam bagian sebelumnya mengenai distribusi.

Keberatan lain MPEAA adalah hambatan terhadap pendirian usaha distribusi bioskop di Indonesia. MPEAA berminat untuk melakukan distribusi langsung film-film mereka di Indonesia, seperti yang mereka pernah lakukan pada dekade 1960-an, tetapi hal ini tak dimungkinkan karena perusahaan di bidang perfilman merupakan bidang yang sama sekali tertutup pada masa itu. Dalam bahasa presiden MPEAA ketika itu, Jack Valenti, Indonesia tidak memberi pintu masuk sama sekali dan "kita ditekan hingga hidung kita menempel pada kaca jendela (rumah mereka)". Hal ini disampaikan oleh tokoh industri perfilman Amerika yang legendaris itu dalam sebuah acara dengar pendapat dengan salah satu sub komite Kongres Amerika Serikat yang berhubungan dengan perdagangan luar negeri pada tanggal 6 Maret 1992 ketika melaporkan mengenai situasi perdagangan film Amerika di luar negeri kepada Kongres Amerika Serikat.

Persoalan-persoalan yang mengganggu hubungan dagang itu: pembajakan film dengan medium video dan halangan untuk penanaman modal langsung perusahaan di bidang film, akhirnya menjadi konflik dagang yang serius ketika Departemen Penerangan ketika itu berniat memotong kuota impor film asing dari 80 menjadi 40 judul. MPEAA berhasil melobi pemerintah Amerika untuk memasukkan Indonesia ke dalam *priority watch list* alias negara yang perlu mendapat perhatian khusus karena

dianggap berlaku tidak fair dalam perdagangan internasional, melalui undang-undang itu, yang populer dengan sebutan Special 301. Melalui pasal dalam undang-undang ini, pemerintah Amerika mengancam akan memberlakukan pembatasan kuota impor tekstil dari Indonesia apabila pembatasan kuota film ini diberlakukan oleh pemerintah Indonesia.

Hal ini mendorong terjadinya rangkaian perundingan antara pemerintah Indonesia dengan utusan dagang Amerika Serikat. MPEAA turut serta di dalam delegasi Amerika tersebut. Pemerintah Indonesia ketika itu melakukan perundingan dengan MPEAA untuk menyelesaikan persoalan-persoalan yang dianggap mengganjal itu. Kepada Kongres Amerika, MPEAA mengajukan argumen bahwa kebijakan pemotongan kuota film di Indonesia – dari 80 menjadi 40 itu – juga berpeluang membuat Amerika mengalami penurunan pemasukan sebesar US $ 50 juta per tahun. Perhitungan ini dilakukan dengan asumsi bahwa MPEAA melakukan distribusi secara langsung film-film mereka di Indonesia. Argumen ini diterima oleh Kongres sehingga ancaman penggunaan pasal dalam undang-undang perdagangan ini (yang disebut sebagai Special 301) resmi menjadi sikap pemerintah Amerika Serikat (yang kemudian diwakili oleh USTR atau *United State Trade Representative*, semacam utusan perdagangan luar negeri Amerika Serikat) dalam perundingan dengan Indonesia.

Ancaman penerapan Special 301 ini diiringi dengan penghentian masuknya film-film anggota MPEAA ke Indonesia untuk membuktikan keseriusan mereka. Beberapa saat bioskop-bioskop, terutama bioskop kelas A, kehilangan pasokan film-film Amerika yang dianggap bermutu dan pantas diputar di bioskop mereka. Hal ini sempat menyebabkan kepanikan di kalangan perfilman di Indonesia, dan para pelaku industri film sempat menemui DPR untuk merundingkan masalah ini sambil membawa apa yang mereka sebut sebagai tuntutan dari MPEAA kepada pemerintah Indonesia.

Situasi sempat mengeruh karena sebagian lagi pembuat film bersikap sebaliknya yaitu mendukung upaya pemerintah melakukan pembatasan. Mereka mencurigai kelompok pembuat film pertama semata menjadi corong MPEAA untuk kepentingan mereka sendiri. Kelompok pembuat film terakhir ini, seperti Slamet Rahardjo Djarot dan distributor Rahim Latif, menyebut adanya kegeraman MPEAA terhadap kecenderungan monopoli yang dilakukan oleh Kelompok 21 yang sedang mendapat angin dari pemerintah ketika itu. Bagi mereka, sumber kegeraman MPEAA adalah terhalangnya distribusi film Amerika secara optimal akibat penguasaan jalur distribusi-eksebisi oleh perusahaan-perusahaan yang berinduk kepada PT Subentra, perusahaan eksebitor yang juga memiliki saham di perusahaan-perusahaan distributor.

Pertemuan pemerintah Indonesia dengan MPEAA itu diselenggarakan pada akhir Februari 1991 hingga Maret 1991. Dalam perundingan itu, MPEAA mengajukan tuntutan untuk memasukkan film mereka secara langsung ke Indonesia serta mendistribusikannya sendiri guna mengoptimalisasi distribusi film mereka. Selain itu, MPEAA juga menghendaki agar film Amerika boleh disulihsuarakan ke bahasa Indonesia, serta mereka juga menginginkan agar perusahaan Amerika diperbolehkan mendirikan cabang di Indonesia melalui mekanisme *foreign direct investment* atau pendirian PT PMA (Perusahaan Modal Asing) sebagaimana yang dilakukan oleh MPEAA di banyak negara. MPEAA melalui pemerintah USTR juga menekan agar pemerintah Indonesia mengendalikan pembajakan yang dilakukan melalui video oleh perusahaan-perusahaan resmi di Indonesia.

Hasil dari pertemuan itu cukup mengejutkan karena studio-studio yang tergabung dngan MPEAA kemudian malah menunjuk dua perusahaan di bawah asosiasi importir film Eropa dan Amerika (AIFEA) yang didominasi oleh PT Suptan, sebuah perusahaan yang juga dimiliki oleh pemegang saham dan pendiri PT Subentra, Sudwikatmono dan Benny Suherman. Hal ini mengherankan bagi sebagian kalangan, karena MPEAA

justru mendekat kepada pihak yang sempat dicurigai sebagai para pelaku monopoli ini untuk mendapatkan lisensi impor film-film mereka. Dua perusahaan yang ditunjuk oleh MPEAA adalah PT Camila Internusa yang mendapat lisensi untuk mengimpor film dari studio United International Pictures yang membawahi distribusi untuk Paramount, Universal dan Metro Goldwyn Meyer (MGM) serta Columbia dan Tristar. Kemudian PT Satrya Perkasa Esthetika mendapat lisensi film-film dari studio Warner Brothers, Walt Disney dan 20th Century Fox. PT Satrya Esthetika Perkasa merupakan anak perusahaan PT Subentra, sedangkan PT Camila Internusa tidak memiliki hubungan langsung dengan PT Subentra, tetapi punya hubungan dekat dengan PT Subentra yang mengelola jaringan bioskop 21. PT Camila akan bekerjasama dengan grup Subentra dalam memutar film-film mereka.

Hubungan dengan kedua perusahaan impor ini dianggap sebagai kemitraan yang ideal bagi MPEAA karena keduanya memenuhi kedua syarat yang diinginkan oleh MPEA yaitu profesionalisme dalam melakukan kegiatan distribusi serta kepemilikan atas jaringan bioskop yang dianggap layak, dan sudah menggunakan model baru yaitu sinepleks atau kompleks sinema di mana di satu gedung bioskop terdapat lebih dari 1 layar (umumnya 4 layar ke atas) dengan teknologi proyeksi dan suara yang canggih serta ruang tunggu yang nyaman dan berkesan mewah. Selain itu, Subentra Group, menurut direktur Warner Bros waktu itu, Edward Frumkes, memiliki jaringan bioskop yang terbesar dan menyebar di kota-kota besar.

Dalam kesepakatan bisnis antara pihak MPEAA dengan kedua perusahaan ini, MPEA memberlakukan sistem bagi hasil (*profit sharing*) dan bukan beli putus (*flat rental*). Belakangan diketahui bahwa dalam mendistribusikan film-filmnya di Indonesia, anggota MPEAA juga yang berhak menentukan berapa jumlah salinan (*copy*) film yang harus dimasukkan ke Indonesia. *Profit sharing* inilah yang menjadi persoalan di kemudian hari terutama berkaitan dengan penghitungan royalti yang menjadi dasar pemajakan oleh pemerintah Indonesia. Namun hal itu tak

menjadi persoalan hingga tahun 2011 atau dua puluh tahun sesudah bisnis ini berjalan.

Menyatunya distributor / importir film asing dengan pemilik jaringan bioskop kelompok 21 berdampak pada dua hal. Pertama, peluang film Indonesia untuk diputar di bioskop-bioskop jaringan mereka menjadi menyempit akibat bioskop-bioskop ini tentu mendahulukan film yang mereka impor sendiri. Tercatat bahwa ada kekosongan film Indonesia pada periode yang cukup lama di bioskop-bioskop kelompok 21 sejak awal 1990-an hingga akhirnya bioskop-bioskop kelompok 21 memutar lagi film Indonesia, *Kuldesak* pada tahun 1997.

Faktor Teknologi dan Diversifikasi Pasar Film

Diversifikasi pasar film telah lama membuka kemungkinan-kemungkinan baru. Yang paling sederhana adalah pasar sekunder (*secondary market*) seperti televisi, video dan outlet lain. Pasar sekunder inilah yang terbukti sempat memperpanjang napas produser film nasional di saat akses ke jaringan 21 tertutup total di paruh pertama dekade 1990-an.[167] Bentuk yang lain adalah *ancilliary market*/pasar sampingan dalam bentuk *merchandising*, lagu tema, dan sebagainya, yang antara lain dipelopori oleh populernya *franchise* Star Wars, sejak tahun 1977. Pasar baru yang sederhana ini saja seharusnya cukup untuk membuat distributor tidak lagi berpuas diri ongkang kaki sebagai *booker* atau br*oker,* jika memang ada kehendak membangun industri.

Selain itu, teknologi dan pembaruan telah membawa perubahan yang cepat dalam lanskap industri perfilman. Yang paling terkena dampaknya terutama aspek distribusi. Sejak akhir 1980-an saja sebuah terobosan sederhana mampu meledakkan pasar dengan sebegitu rupa. Konsep simplifikasi bioskop, dengan terbentuknya sinepleks, membuat pilihan semakin terbuka lebar bagi penonton, ketika semakin banyak film bisa diputar bersamaan. Akibatnya, siklus hidup film semakin pendek,

[167]Kristianto, JB, *Sepuluh Tahun Terakhir Perfilman Indonesia, Kompas*, 2 Juli 2005.

dan persaingan semakin ketat. Juga semakin dituntut adanya pasokan yang banyak. Di dalam negeri, hal seperti inilah yang belum juga bisa dipenuhi dengan optimal oleh produser film nasional. Padahal inovasi tidak berhenti. Misalnya, semakin majunya infrastuktur internet dunia telah membawa perubahan radikal yang lain: film mungkin tidak memerlukan lagi distributor dalam artian tradisional. Produser dan penonton (artinya tetap ada eksebitor) kian dekat, dan peta distribusi akan berubah total.

Bergerak Memonopoli

Langkah dan Strategi

Semua uraian tentang faktor-faktor yang telah dijelaskan di atas lalu memberikan kondisi dan prasyarat yang kemudian dimanfaatkan oleh pihak-pihak tertentu untuk menguasai pasar secara agresif.

Prakondisi yang pertama adalah kenyataan bahwa di Indonesia, industri perfilman nasional, termasuk distribusi, masih berada pada taraf bisnis rumahan yang belum secara ajeg menyuplai kebutuhan permintaan-penawaran. Sementara, komoditi yang mampu melakukan itu justru film impor.

Prakondisi yang kedua adalah kurangnya keterbukaan terhadap kondisi pasar, sehingga kebanyakan transaksi dilakukan dengan basis kepercayaan dan miskinnya dokumentasi. Situasi yang serba tidak pasti ini memunculkan mental *rent-seeker* (Kunio, 1990), sehingga para pelaku bisnis saling meniadakan, dan satu yang modern jadi bisa mencaplok yang lainnya.

Prakondisi yang ketiga adalah iklim yang terbentuk dari tata niaga yang berujung lain dari yang diharapkan, karena tercampurnya kepentingan politik dan bisnis secara tidak sehat. Dalam usahanya melakukan tata niaga film, pemerintah kerapkali meng-*outsource*-kan tugas pengaturan tata edar ke badan swasta yang dipercaya untuk melaksanakan prinsip

"distribusi terpimpin". Repotnya, badan bentukan pemerintah yang sepatutnya dapat lebih "diarahkan" untuk kepentingan publik, yaitu PT Perfin, justru lebih sering tidak berdaya karena kekurangan sumber daya. Di sisi lain, prosedur penunjukan badan swasta yang tertutup dalam "distribusi terpimpin" ini membuat akuntablitas sosok pemimpin menjadi kabur. Seringnya suasana industri bergantung kepada "kepribadian" badan pemimpin belaka, tanpa sistem yang jelas untuk memberikan batasan-batasan teknis dan etis.

Di sinilah kepentingan politik dan bisnis bertemu, berjodoh mesra, tetapi menimbulkan kerancuan . Tidak ada cara untuk memisahkan mana yang untuk kepentingan publik, dan mana yang untuk kepentingan bisnis. Pertemuan kepentingan ini memunculkan kebijakan impor film berada di tangan badan-badan yang terbatas, meskipun di atas kertas ada sejumlah importir yang tergabung dalam tiga asosiasi importir film. Lambat laun, kekuasaan itu kian lama kian terpusat.

Kondisi industri yang demikian ini lalu dimanfaatkan sepenuhnya oleh satu badan yang menyadari gambaran besarnya dan memiliki strategi jangka panjang untuk menguasai pasar. Dari kronologi sejarahnya, dapat disarikan perkiraan metode penguasaan itu sebagai berikut:

Tahap pertama adalah menghimpun kekuatan politis berupa modal nama besar dan privilese yang dinikmati dari budaya "tunjuk-menunjuk" ala pemerintah. Sejak tata niaga diberlakukan, berkali-kali muncul preseden terjadinya penyalahgunaan kekuasaan oleh badan distribusi yang ditunjuk oleh pemerintah sebagai koordinator. Di era Mashuri, CV Asia Baru bertindak sebagai pemungut rente belaka, sampai posisinya digantikan oleh PT Suptan. Di era Ali Moertopo, PT Daramage yang tiba-tiba mengepalai AIF Eropa-Amerika memungut pungli dan menunjuk perusahaan daerah tertentu sebagai pengedar tunggalnya. Terakhir, di tahun 1985, PT Citra Jaya Film yang tercatat selama kepemimpinannya di AIF muncul banyak sekali film nasional yang bermutu dan sukses, tiba-tiba posisinya

digantikan oleh PT Suptan. Pada tahun ini pula, di bawah kepemimpinan PT Suptan, tiba-tiba asosiasi-asosiasi importir film bergabung di bawah satu atap. Menyitir Eros Djarot dan tuduhan MPEAA, di tahun 1985 inilah dipancangkannya tonggak penting pertama merajalelanya monopoli distribusi film.[168]

Selain kekuatan politis, kekuatan ekonomi juga dihimpun dari konsep konglomerasi yang sudah berjalan masa itu. Dengan bermitranya pelaku-pelaku bisnis yang mampu melakukan subsidi silang, pelaku pasar yang sedang bergerak ini mampu menanggung kerugian demi manuver-manuvernya yang bertujuan jangka panjang, sementara pesaingnya tidak sanggup menanggung kerugian yang serupa, lalu kolaps.

Tahap kedua adalah "pelanggaran" batas wilayah edar di bawah subteks kerjasama, berbekal nama besar dan kekuasaan politis yang telah dikantungi tadi. Pada akhirnya, "kerjasama" yang terjadi ternyata lebih berdampak pada teradudombanya distributor-distributor daerah sehingga potensi saling meniadakan yang semula bagai api dalam sekam, lantas tersulut dan menandakan kematian para pelaku usaha itu.[169] Yang paling nyata adalah penerapan sistem distributor tunggal di daerah-daerah dengan cara menunjuk perusahaan tertentu, yang sahamnya pun sebagian telah dikuasai.[170] Hasil dari tahap ini adalah kian terkuasainya jalur edar film –baik impor maupun nasional– di Indonesia.

Tahap ketiga adalah menggasak posisi dan daya tawar pihak eksebitor. Dengan dikuasainya jalur masuk film, pelaku monopoli leluasa memaksa bioskop memasarkan komoditi mereka yang dirasa paling menguntungkan, yaitu film-film impor. Meskipun mungkin hanya akibat sampingan, namun film nasional paling menerima dampaknya dalam bentuk gagalnya banyak sekali film nasional yang sudah dibuat untuk diedarkan dalam kurun waktu 1990-an. Namun akibat langsungnya adalah lesunya bisnis bioskop akibat ketiadaan pilihan, dan pelaku monopoli

[168]Tempo, *Ancaman Amerika untuk Saur Sepuh*, 2 Maret 1991
[169]Wawancara Rahim Latief, 2011.
[170]Tempo, Kerajaan Film Impor, 22 Juli 1989

melebarkan sayap bisnisnya dengan membeli bioskop-bioskop itu. Jikapun tidak memiliki, pelaku monopoli telah berada dalam posisi "menyandera" pihak bioskop di luar jaringan mereka dengan penguasaan katup impor. Bahkan bioskop yang tidak melawan pun terkena getahnya, semata karena masalah prioritas internal:

> Slamet Budianto, pengelola bioskop Magelang dan Tidar Theatre di Magelang, Jawa Tengah: "Kami baru bisa memutar film Indonesia setelah film itu selesai diputar di jaringan bioskop 21. Film diputar di sini setelah 4-5 bulan saat DVD atau VCD bajakannya sudah beredar juga."[171]

Tahap keempat, di saat sudah banyak bioskop yang dikuasai, pelaku monopoli kian tak terbendung. Selain penguasaan jalur, terjadi pula penguasaan jaringan pemasaran/penayangan film bersenjatakan film impor yang menjadi komoditi utama. Menyatunya distributor/importir film asing dengan pemilik jaringan bioskop kelompok 21 ini menciptakan ketimpangan pasar dan menjadi salah satu penyebab kebangkrutan para pengusaha bioskop yang tak mau bekerjasama dengan mereka. Pasar menjadi timpang karena permintaan terhadap film Eropa-Amerika sangat tinggi sementara kelompok 21 sebagai pengimpor juga memiliki jaringan bioskop sendiri dan tentu mendahulukan bioskop yang mereka punya. Hal ini berdampak pada bioskop-bioskop kecil yang mengandalkan pemasukannya dari pemutaran film Eropa-Amerika second atau *third run*. Pada gilirannya, penguasaan bioskop ini artinya penguasaan infrastruktur pasar. Hal ini membuat MPEAA "tergoda" dan cenderung memilih untuk bermitra dengan pelaku monopoli. Dengan kondisi yang telah tercipta demikian, MPEAA tidak memiliki insentif lagi untuk mengadvokasikan konsep pasar bebas, karena justru dalam mekanisme ini mereka memiliki keuntungan yang optimal. Dan di antara dua pilihan "mempromosikan pasar bebas" dan "meraih laba", telah tampak mana yang lebih dipilih oleh MPEAA.

[171] J.B. Kristanto, *Masalah Mendasar Film Nasional Masa Kini: Peredaran dan Tayangan*, Kompas, 30 Oktober 2008

Tahap kelima dapat dianggap sebagai ekses belaka dari serangkaian preseden buruk yang terjadi dalam industri distribusi film nasional. Insiden film *Langitku Rumahku* yang mencoba melawan penguasaan pasar dengan caranya sendiri ternyata justru berbalik menjadi penyegel akhir bagi nasib film nasional di era 1990-an. Secara terang-terangan, SKB 3 Menteri yang menjadi pelindung terakhir bagi film nasional diabaikan begitu saja dengan dasar Kesepakatan Cipayung yang sesungguhnya lemah di mata hukum. Sejak itu, SKB 3 Menteri tidak lagi dipatuhi, dan film-film nasional, seperti catatan jurnalis senior Yan Widjaya (2006) mulai mengalami gagal edar sepenuhnya karena masalah distribusi.

Jika di era 1970-an film nasional mengalami macet edar karena penataan yang tidak transparan, boleh dikata masa 1990-an ini adalah ketika film nasional bahkan tidak mendapat tempat sama sekali. Karena bioskop yang pailit karena menjadi korban ekspansi adalah kebanyakan bioskop pinggiran, maka film Indonesia kian kehilangan pasarnya. Optimisme produser Budiati Abiyoga tentang pasar film Indonesia di pinggiran menjadi mentah, karena bioskopnya sendiri tutup. Gejala lanjutannya adalah langkah-langkah putus asa: karena kehilangan pasar, produser film Indonesia beralih ke resep-resep sensasional yang mengabaikan mutu dan dilakukan berulang-ulang. Pada akhirnya, apresiasi terhadap film nasional pun kian anjlok saja. Yang mengherankan, justru di titik ini pula segala upaya tata niaga dari pemerintah lenyap sama sekali, dan pelaku monopoli melenggang merajalela dengan berbagai praktik bisnisnya.

Kita dapat menengok kembali fenomena penguasaan pasar ini dari kacamata mekanisme adaptasi pasar tak transparan ala Stuart Plattner. Telah disebutkan sebelumnya bahwa penulis mengajukan tiga kemungkinan cara adaptasi: [1] *jual beli putus* pada pasar tertutup yang kurang stabil, [2] *kemitraan tertutup* pada pasar tertutup yang relatif stabil, dan [3] *politik berbasis kedekatan* yang beraroma KKN pada pasar tertutup yang mengalami intervensi dari sosok penguasa. Dengan melihat kelima tahapan yang terjadi selama proses penguasaan pasar

distribusi film, dapat diambil dugaan kuat bahwa pelaku monopoli memadukan metode nomor 2 dan 3 demi aspirasi menjadikan pasar stabil dan aman bagi dirinya sendiri. Strateginya adalah membentuk kemitraan tertutup –dan pada beberapa kasus, pengambilalihan– dengan pengedar dan bioskop di daerah. Proses itu sendiri tidak akan jalan tanpa dibantu politik berbasis kedekatan, sehingga pada akhirnya mereka mampu menguasai pasar.

Aspek Hukum

Perlu dicatat bahwa kondisi "monopoli" ini sesungguhnya memang terjadi tidak secara absolut. Masih terdapat pelaku pasar yang lain. Tetapi karena perbedaan skalanya terlalu besar dan terlalu besarnya *entry-barrier*, terbentuklah pasar yang homogen, yang pilihan-pilihannya semu karena praktis kekuatan yang berarti hanya muncul dalam satu jalur. Seakan-akan pelaku bisnis lain dalam bidang distribusi ini hanya ada sebagai syarat sah untuk tidak dikatakan sebagai monopoli.

Hal ini tercermin dari kasus gugatan Monopoly Watch kepada jaringan *distribution-exhibition complex* kelompok 21 ke KPPU. Dalam putusannya, KPPU berfokus kepada aspek legal-formal monopoli dengan memandangnya dari batasan persentase yang ketat, tetapi tidak mencakup kemungkinan oligopoli (Barker, 2011). Akibatnya, meskipun ada tumpang tindih kepemilikan dalam trio importir Satrya-Camilla-Amero, struktur kepemilikan silang dan berlapis yang dipecah-pecah sudah dianggap cukup untuk membuktikan bahwa tidak terjadi monopoli.

Selain itu, pemindahan kepemilikan pun dianggap sudah cukup membuktikan tidak ada pertautan yang dapat dicurigai. Sebagai contoh, dalam berkas gugatannya, Monopoly Watch menyatakan bahwa Benny Suherman menjabat sebagai pemilik PT Subentra dan komisaris di PT Subentra dan PT Satrya Perkasa Estetika. Hasil penyelidikan KPPU mendapati bahwa nama Benny Suherman telah lenyap. Pemilik PT Subentra –yang telah

berganti nama menjadi PT Nusantara Sejahtera Raya– bukan lagi Sudwikatmono atau Benny Suherman, melainkan PT Harkatjaya Bumipersada dan PT Adi Pratama Nusantara. Komisaris PT Subentra dijabat oleh Suryo Suherman. Komisaris PT Sartya juga bukan lagi Benny, melainkan Ruben Muljadi.[172] Namun dari titik itu, tidak dilakukan pelacakan lagi, siapa pemilik PT Harkatjaya atau PT Adi Pratama itu, atau apa kaitan Suryo Suherman dan/ atau Ruben Muljadi dengan Benny Suherman. Jikapun ada indikasi kuat terjadi oligopoli, meminjam istilah Barker, ini adalah oligopoli yang informal (Barker, 2011), sehingga sulit dibuktikan secara hukum.

Setidaknya kasus gugatan ini menunjukkan fenomena baru. Setelah sekian lama status quo dan mekanisme distribusi internal berlangsung "aman", akhirnya posisi dominan kelompok 21 ini digoyang pula. Di kemudian hari, posisinya kian diganggu ketika pada tahun 2006 muncul pemain baru yang masuk dengan modal yang cukup besar sehingga struktur pasar sedikit terbuka. Selain itu, di wilayah regulasi, muncul pula upaya dari pemerintah untuk "melawan" kecenderungan monopoli itu dengan produk hukum UU No.33 tahun 2009 tentang Perfilman. Undang-undang ini dapat dipandang sebagai sebuah usaha untuk mengurangi dominasi kelompok 21. Beberapa kebijakan bersifat populis dan tampak diarahkan untuk berusaha membuka pasar. Di antaranya –yang barangkali agak terlambat– adalah pelarangan integrasi vertikal yang entahlah bagaimana penerapannya, mengingat dominasi pelaku monopoli telah berurat akar dan tak tergoyahkan sejak tahun 1991.

Kasus *Ayat-ayat Cinta* membuktikan kokohnya dominasi itu. Menurut pengakuan Presdir Blitzmegaplex, banyak produser film nasional yang enggan bekerjasama dengannya, konon karena "ancaman" jaringan yang berkuasa untuk tidak meladeni jaringannya. Karena penguasaan pasar yang timpang, produser lalu "terpaksa" memilih yang lebih kuat. Tentu saja hal-hal seperti ini sangat sulit dibuktikan. Pada tahun 2007, dari 48 film

[172]Putusan KPPU, *Op Cit*.

nasional yang diedarkan, hanya sembilan yang ditayangkan di Blitz. Saat produksi nasional meningkat di tahun 2008, dari 69 film yang diedarkan hingga tanggal 22 Oktober, 67 di antaranya diputar di jaringan 21, dan total hanya ada 15 film yang diputar di Blitz (Barker, 2011).

Kejadian itu merupakan gejala kuat, seperti tercatat oleh J.B Kristanto,[173] bahwa produser film nasional masih berada pada pilihan sikap "ketakutan dan mencari aman" dengan "menempel ke yang kuat", dalam berhadapan dengan entitas *distribution-exhibition complex* ini, meskipun masih terbuka jalur lain yang kecil. Perumpamaannya adalah pertemanan dengan seorang "preman" yang posisinya lebih kuat dari segala sisi. Logis jika sosok lemah yang berhasil berteman dengan preman itu tidak akan berani berbuat apa pun yang tidak menyenangkan sang preman, termasuk berteman dengan orang yang dianggap pesaingnya. Sementara itu, sosok yang lemah tetapi berpihak kepada sang preman juga akan dengan sadar memilih untuk tidak mengkhianati "pelindung"-nya, demi keuntungan pribadi.

Meskipun tidak secara legal terbukti, karakter monopolistik dari industri ini tampak dari gejala-gejalanya luarnya, seperti tercatat dalam kejadian berikut:

1 kasus gagalnya penayangan film *Beth* karya Aria Kusumadewa tahun 2002 yang disebabkan oleh ketiadaan fasilitas pemutar non-35 mm. Hal ini sempat memicu perdebatan tentang –lagi-lagi– penganaktirian film nasional di bioskop jaringan 21. Pembelaan yang muncul tampak valid, yaitu bahwa ini hanya perkara teknis belaka. Namun di balik itu, ketiadaan itikad jaringan 21 untuk melakukan inovasi di bidang teknologi menunjukkan ketiadaan insentif mereka melakukan itu. Hal ini mengindikasikan adanya rasa percaya diri yang sangat boleh jadi berakar dari fakta bahwa mereka menguasai pasar;

[173] J.B. Kristanto, *Op Cit*.

2 masih terkait dengan anggapan bahwa pasar sedang dikuasai, sangat boleh jadi bahwa anggapan itu membuat para pelaku industri distribusi ini mempraktikkan cara bisnis yang masih berkesan rumahan. Mira Lesmana menyatakan bahwa kesepakatan dengan jaringan 21 dilakukan tanpa dokumentasi tertulis yang memadai, dan laporan harian pendapatannya pun tidak dilakukan secara tertib administrasi.[174] Cukup mengherankan, mengingat jaringan 21 tampil dengan begitu profesional dan tertib di permukaanya. Apalagi kesepakatan mereka dengan MPA (yang dulunya MPEAA) didasarkan pada "fakta" bahwa mereka lebih profesional. Sekali lagi, praktik ini kemungkinan besar berakar dari anggapan bahwa tertib administrasi serupa itu tidak perlu. Bukankah pemain di bidang ini hanya mereka?

3 angka jumlah penonton yang tidak pernah transparan ditampilkan ke publik. Pencarian terhadap angka ini oleh pihak-pihak yang sepatutnya berkepentingan seringkali menjadi terlampau sumir, meraba-raba, dan bergantung kepada apakah figur tertentu cukup dihormati untuk bisa dibagikan informasinya. Keserbarahasiaan ini membuat banyak tanya dan duga: untuk apa sebetulnya angka yang sederhana itu begitu disembunyikan? Apakah ada hubungannya dengan perpajakan? Ataukah berkenaan dengan tindakan *price-making* yang biasa dapat dilakukan pelaku monopoli dengan leluasa?

Ringkasan, dan Konsekuensi Saat Ini

Jika kita menarik lensa untuk memandang permasalahan ini lebih dari jauh lagi, tampak bahwa kondisi distribusi yang sekarang terjadi di Indonesia adalah buah dari perjalanan sejarah yang berliku-liku namun berujung tidak membahagiakan.

Berdasarkan uraian Tjasmadi dan Budiati Abiyoga, sesungguhnya dapat dikatakan bahwa film impor dan film nasional memiliki

[174]Wawancara Mira Lesmana dengan Ekky Imanjaya, 2011.

pasarnya masing-masing. Namun sejak era Fase Bebas pun, film impor memiliki keunggulan dalam dua cara:

1 masalah dalam distribusi internal ke daerah, dan terkait dengan pengkelasan bisokop yang sudah ada, membuat film nasional menjadi pilihan yang secara bisnis kurang menguntungkan;

2 pondasi persepsi kultural terhadap film nasional relatif lemah, sehingga ujungnya serupa: film nasional bukan pilihan yang secara bisnis terlalu menguntungkan.

Ketika memasuki Fase Tata Niaga, produser film beraspirasi menjadikan film nasional "naik kelas" dengan berusaha memasukkannya ke bioskop-bioskop kelas utama. Artinya, film nasional dihadapkan untuk bertarung secara *head-to-head* dengan film impor. Namun pada saat yang sama, wilayah distribusi yang memacetkan peredaran tidak kunjung dibenahi, dan kemunculan PT Perfin yang tidak dibekali modal dan strategi pasar yang jitu juga tidak banyak membantu. Di wilayah produksi, mutu intrinsik filmnya sendiri tertatih-tatih berusaha bangkit. Akibatnya, terjadi tarik menarik kepentingan antara produser dan eksebitor dengan pertimbangan masing-masing yang berorientasi entah ke kultural ataupun komersial. Produser menuduh pihak eksebitor sebagai pihak yang "mata duitan" dan melalaikan apresiasi terhadap film nasional. Pihak eksebitor menuduh produser sebagai pihak yang "manja" dan maunya berjaya sambil diproteksi.

Sementara itu, pemerintah melakukan campur tangan bukan dengan orientasi mendewasakan industri, tetapi lebih kepada kepentingan keamanan, sehingga kondisi pasar tidak membaik. Ditambah dengan faktor ketidakkonsistenan penegakan hukum dan mudahnya terjadi "permainan", suasana industri film termasuk distribusi menjadi tidak pernah menentu.

Kondisi inilah yang lalu dimanfaatkan oleh sekelompok pengusaha tertentu untuk menguasai pasar dengan bantuan modal politis dan ekonomis yang kuat.

* * *

Dengan tersisanya dominasi pemain besar yang menguasai dua dari tiga mata rantai industri film, medan pasar distribusi dan eksebisi telah bertransformasi menjadi entitas besar yang masif, meraksasa dan cara kerjanya kian tertutup dari mata publik. Dan di hadapan entitas besar inilah produser film Indonesia harus berhadapan.

Bagan 9

GAMBARAN SITUASI PASAR/DISTRIBUSI YANG HARUS DIHADAPI PRODUSER FILM INDONESIA

Tampak dari bagan di atas, posisi produser yang berdiri sendiri berhadapan dengan pasar yang masif, dan mekanismenya, dari sudut pandang produser, tidak dapat diduga, karena sebagian besarnya berlangsung di dalam satu kelompok usaha yang tertutup.

Karakter lain dari *distributor-exhibitor complex* yang gigantik ini adalah keyakinan tunggalnya bahwa pasar potensial hanya ada di kota-kota besar, dan terbatas pada demografi tertentu saja. Dengan strategi menempel di mal-mal dan pertokoan mewah, jaringan raksasa ini menyebabkan terjadinya konsentrasi pasar di sekitar Jabodetabek dan Pulau Jawa. Seiring dengan kian diprioritaskannya strategi itu, maka variasi dan pilihan dalam konten/produksi film kian tipis. Selanjutnya, seiring menipisnya

variasi dan pilihan tersebut, dibarengi dengan penargetan pasar yang homogen, berbagai daerah di Indonesia mulai kehilangan bioskop. Tercatat oleh Harian Suara Merdeka tanggal 1 April 2009, sebanyak 15 propinsi di Indonesia tidak punya bioskop. Artinya, jutaan rakyat di Indonesia "dipaksa" tidak memiliki akses dan hak untuk menikmati film bioskop, baik sebagai hiburan maupun benda budaya.

Inilah medan dengan tiga ranjau yang harus dihadapi oleh pembuat film Indonesia. Pertama, produser harus berhadapan dengan mekanisme internal rekayasa pasar yang tidak diketahui seluk beluknya. Kedua, mereka hanya diberi pilihan lahan pasar yang sudah terbentuk, yaitu yang homogen secara demografis dan terpusat di kota-kota besar. Ketiga, keterputusan mekanisme kerjasama produser-distributor –kecuali bagi beberapa produser yang berbagi saham, yang oleh Barker (2011) disebutnya sebagai kelompok "oligopoli tua" – menyebabkan struktur pembiayaan film tidak memungkinkan melibatkan pihak distributor. Juga pada titik ini, bantuan infrastruktur dan dukungan dari pemerintah sudah dianggap tidak pernah akan ada lagi. Ini memaksa pembuat film Indonesia ditempa paksa menjadi uber-capitalist: harus berjuang sendirian demi filmnya.

Secara umum dapat terlihat gambaran besarnya:

1 Internalisasi risiko yang harus dipikul produser film menyebabkan terjadinya penyempitan pilihan kreatif bagi banyak dari mereka. Secara sistematis, iklim industri arus utama ini tidak memberi produser pilihan atau insentif apapun untuk bereksperimen dan bereksplorasi dengan medium film, kecuali kembali ke tema yang bersifat "kembali ke dasar": sex, kekerasan, horor, fantastik. Mungkin beberapa pembuat film yang avant-garde dan berkelebihan modal mampu melakukannya, namun jelas ketergantungan keragaman tema film kepada individu-individu yang khusus itu bukanlah gambaran sistem yang baik dan berkelanjutan.

2 Di sisi lain, publik menghadapi pilihan semu. Publik terpajan (terekspos) hanya kepada film-film yang dipilihkan oleh penguasa pasar, sehingga lambat laun persepsi yang terbentuk kian lama kian menyempit. Problem ini melanda publik yang menjadi sasaran strategi pasar yang homogen itu, yaitu kaum urban muda usia produktif. Sementara itu, publik lain di luar pangsa itu kehilangan haknya sama sekali untuk mendapatkan hiburan film bioskop seiring runtuhnya bioskop di daerah. Fenomena ini menghilangkan budaya tonton secara umum pada masyarakat Indonesia –karena Indonesia bukan hanya Jabodetabek– selama setidaknya satu generasi. Terhitung banyak sekali mereka yang lahir sejak akhir 1980-an, tidak memiliki pilihan dalam menonton bioskop, atau bahkan kesempatan untuk menontonnya. Proses sejarah yang berkaitan dengan industri bioskop sebagai lini eksebitor ini akan dibahas lebih lanjut dalam bab berikutnya.

BAB V

Ke Mal atau Tak Ke Mal? Eksebisi Film di Indonesia

Eksebisi adalah muara dari rangkaian pengelolaan pasokan (*supply chain management*), dimana produk film dikonsumsi oleh penonton dalam berbagai outlet berbeda seperti pertunjukan di gedung bioskop dalam negeri (juga luar negeri), video di rumah, televisi (kabel dan terestrial). Namun hingga kini, pertunjukan film di bioskop (*theatrical release*) tetap menjadi kunci sukses utama sebuah film. Pertunjukan film di bioskop (*theatrical release*) merupakan faktor utama dalam pemasaran film karena dari pertunjukan di bioskop inilah ditentukan masa hidup (*life cycle*) sebuah film pada umumnya.

Theatrical release ini pada umumnya ikut menentukan keberhasilan penjualan film pada bentuk eksebisi lainnya seperti (berturut-turut untuk kasus eksebisi di Amerika): hiburan pemutaran film di penerbangan, TV kabel berlangganan, layanan video *pay-per-view*, penjualan DVD, dan TV terestrial. Selain itu, pemasaran film di bioskop kerap diikuti secara bersamaan dengan pemasaran produk-produk ikutan (*ancilliary market*) berupa produk non-film yang masih berkaitan dengan film tersebut yakni buku yang berkaitan filmnya, kumpulan musik pengiring film (*soundtrack*), hingga produk-produk seperti *action figure* atau boneka model yang dibuat berdasarkan karakter atau bahkan video game berdasarkan film yang sedang beredar (Epstein, 2005).

Pembahasan utama dalam penelitian ini adalah pada *theatrical release* karena dalam industri film Indonesia hingga saat ini, outlet utama bagi distribusi film masih ada pada pertunjukan bioskop. Demikian pula dengan *ancilliary market* yang bisa dikatakan belum tumbuh, dan belum dipikirkan untuk menjadi bagian dari pemasaran yang terintegrasi. Relatif hingga kini, *ancilliary market* yang digarap oleh produser film di Indonesia baru terbatas pada buku seperti novel dan komik yang berasal dari film dan album *soundtrack* dari film yang sedang diedarkan.

Pembahasan mengenai eksebisi film dimulai dengan pembahasan mengenai perspektif terhadap bioskop dalam industri film secara umum. Pembahasan ini bermaksud untuk memberikan konteks terhadap pembahasan bisnis bioskop di Indonesia secara umum. Dari penjelasan mengenai perspektif ini diharapkan pembahasan mengenai bisnis bioskop di Indonesia akan bisa dipahami lebih baik, terutama dikaitkan dengan kecenderungan-kecenderungan global serta kebijakan-kebijakan (*policy*) yang mempengaruhinya.

Pada awalnya, bioskop lahir sebagai sebuah respons terhadap kebutuhan kolektif terhadap hiburan. Bioskop selalu dijadikan sarana untuk melepas penat secara kolektif oleh suatu komunitas. Maka kegiatan menonton bioskop pada awalnya merupakan sebuah kegiatan berbasis komunitas (*community event*). Bioskop juga menjadi sarana rekreasi keluarga, terutama pada akhir pekan dan liburan. Dalam hal ini, kegiatan menonton bioskop menjadi sebuah kegiatan keluarga (*family event*). Kedua pemahaman ini penting untuk melihat perubahan yang terjadi ketika bioskop mengalami perubahan signifikan sesudah maraknya video dan terbentuknya sinepleks dan multiplex atau bioskop dengan banyak layar di satu gedung bioskop yang biasanya terletak di mal dan pusat perbelanjaan.

Sebelum tiba pada penjelasan mengenai hal itu, penting untuk melihat bahwa menonton bioskop merupakan sebuah kegiatan musiman (*seasonal*) yang amat sangat dipengaruhi oleh

kebiasaan dan budaya masyarakat di mana bioskop itu berada. Di Amerika Serikat, musim utama dalam menonton bioskop adalah pada saat liburan musim panas, yaitu dimulai dari bulan Mei hingga bulan Agustus. Pada waktu-waktu inilah beredar film-film unggulan dari studio besar yang diproduksi dengan biaya besar. Film-film ini diharapkan bisa menarik penonton dalam jumlah spektakuler guna menutupi biaya produksi yang sangat tinggi. Keuntungan dari film ini juga diharapkan sangat tinggi sehingga bisa menutupi film-film lain, ataupun kerugian bioskop selama masa-masa sepi penonton. Keberadaan film musim panas (*summer movies*) ini akhirnya menjadi kunci dari keberlangsungan model industri film Amerika.

Di Eropa, musim menonton film justru terjadi pada masa liburan musim gugur, dengan film-film unggulan berupa film drama. Sekalipun demikian, pergeseran mulai terjadi dengan banyaknya film-film Amerika masuk ke pasar film di Eropa. Film musim panas dari Amerika mendominasi sejak awal dekade 1990-an dan terjadi pergeseran demografi dimana penonton dari kalangan muda yang mengincar film-film musim panas bertambah jumlahnya.

Di Indonesia, musim utama menonton film pada dasarnya terbagi dua, yaitu film-film musim panas Amerika dan film lokal yang umumnya ditonton pada masa libur lebaran. Libur lebaran dipercaya merupakan saat dimana orang-orang menonton film bersama keluarga mereka. Film-film terlaris di Indonesia pada masa Orde Baru umumnya merupakan film-film yang diedarkan pada masa lebaran, dengan mengincar penonton semua umur, atau setidaknya penonton dari kelompok umur remaja13 tahun ke atas yang menjadi salah satu kelompok umur yang dikenal dalam sistem pengklasifikasikan penonton di Indonesia.

Selain itu, musim liburan sekolah juga menjadi salah satu musim menonton yang penting, dimana pada masa-masa itu banyak produser film lokal yang merilis film untuk kalangan penonton muda (15-25 tahun) bahkan film anak-anak (lihat tabel). Namun pada musim liburan sekolah ini, film lokal harus bersaing dengan

film-film musim panas Amerika karena waktunya yang relatif berdekatan.

Musim menonton lebaran agak berbeda waktu dan siklusnya karena berbasis kalender hijriah, alias kalender Islam. Liburan lebaran bisa jatuh pada bulan apa saja, dan hal ini akan menjadi persoalan seandainya waktu libur lebaran jatuh pada waktu bersamaan dengan liburan musim panas (dan liburan sekolah). Penggiliran film untuk diputar di bioskop menjadi isu utama, karena film-film Indonesia harus bersaing dengan film-film musim panas Amerika.

Tabel 33

10 FILM INDONESIA PERINGKAT TERATAS DALAM PEROLEHAN JUMLAH PENONTON PADA TAHUN 2007 – 2010 DAN WAKTU EDARNYA

No	Judul	Waktu	Penonton
1	Laskar Pelangi	2008 (libur lebaran)	4.606.785
2	Ayat-ayat Cinta	2008 (libur lebaran)	3.581.947
3	Ketika Cinta Bertasbih	2009 (libur sekolah)	3.100.906
4	Ketika Cinta Bertasbih 2	2009	2.003.121
5	Sang Pemimpi	2009 (libur lebaran)	1.742.242
6	Get Married	2007 (libur lebaran)	* 1.400.000
7	Garuda Di Dadaku	2009 (liburan sekolah)	1.371.131
8	Nagabonar Jadi 2	2007 (akhir tahun)	* 1.300.000
9	Terowongan Casablanca	2007	* 1.200.000
10	Get Married 2	2009 (libur lebaran)	1.187.309

Sumber: diolah dari www.filmindonesia.or.id, tanda (*) perkiraan adalah perkiraan

Tabel di atas memperlihatkan bahwa waktu liburan tetap menjadi saat terpenting untuk menonton, dan secara global terjadi hal serupa. Kebiasaan untuk menonton biosop (*moviegoing*) berbasis keluarga masih relatif berlaku, sekalipun kebiasaan menonton berbasis komunitas sudah jauh berkurang. Keberadaan bioskop di mal-mal telah mendorong bioskop menjadi bagian dari pola perilaku konsumen (*consumer lifestyle*) dan berpusat pada kota-kota besar.

Perubahan dalam pertunjukan bioskop

Pertunjukan bioskop mengalami perubahan besar beriring dengan dua hal: pertumbuhan mal dan pusat perbelanjaan serta maraknya medium video. Pertumbuhan pusat perbelanjaan dan mal mulai menjamur pada dekade 1960-an di Amerika Serikat dan segera menjadi model yang ditiru oleh banyak negara lain. Pada mal-mal inilah muncul satu gedung bioskop dengan lebih dari satu layar atau yang biasa disebut sebagai *cineplex* (sinepleks dalam bahasa Indonesia) serta multiplex. Sinepleks segera menjadi sarana yang unggul ketimbang bioskop konvensional (satu gedung untuk satu layar) dimana para penonton memiliki lebih banyak pilihan di waktu yang sama. Hal ini turut mempengaruhi distribusi dimana film bisa lebih banyak beredar dalam waktu yang sama karena kemungkinan outlet pemutaran yang lebih banyak.

Pertumbuhan sinepleks yang mulai menggantikan bioskop dengan layar tunggal membawa perubahan terhadap kebiasaan menonton secara umum. Pertama, bioskop yang awalnya menjadi sebuah *community center*, menjadi lebih berorientasi komersial lantaran lokasinya yang berada di pusat perdagangan. Maka kegiatan menonton bioskop menjadi bagian dari kegiatan yang lebih bersifat komersial ketimbang kegiatan publik. Nilai film sebagai barang publik (*public goods*) yang menjadi landasan advokasi pada perundingan-perundingan GATT dan WTO, menjadi semakin bernuansa komersial.

Dengan pertumbuhan gaya hidup berbasis konsumsi (*consumer lifestyle*), maka pola menonton film turut menjadi bagian dari hal ini. Salah satu pengaruh besar dari gaya hidup konsumen ini terhadap muatan film adalah mudahnya berbagai produk sehari-hari untuk dipromosikan melalui film, termasuk bentuk-bentuk promosi silang (*cross-promotion*) antara film dengan *consumer goods*.

Dengan semakin komersialnya film, maka produksi film juga menjadi semakin komersial. Hal ini berakibat pada fokus

pembuatan film terutama ditujukan guna mendukung sebuah sistem ekonomi yang mendorong terjadinya sinergi dalam pemasaran. Sinergi dengan produk non-film menjadi sangat banyak, terutama pada aspek pendanaan dimana para produser memasukkan iklan produk sebagai bagian dari cerita, dan di sisi marketing dimana produser membarter ruang di dalam filmnya dengan promosi yang dilakukan oleh produsen barang-barang konsumsi, sebagaimana dijelaskan pada bagian sebelumnya mengenai produksi.

Eksebisi alternatif

Dalam bisnis bioskop biasanya dikenal *art house* atau jaringan bioskop-bioskop dengan minat khusus seperti film-film (untuk kasus Amerika) berbahasa non-Inggris atau film dari produser film kecil yang tak mendapat pengedar yang mampu mengedarkan film itu secara nasional. Jaringan *art house* kerap digunakan sebagai sarana untuk menyelenggarakan festival-festival film karena fleksibilitas penjadwalan mereka, dan penontonnya yang memang memiliki minta khusus pada film-film dengan cara tutur yang jauh berbeda dengan cara tutur Hollywood.

Eksebisi alternatif di Indonesia hingga kini bersandar pada dua model utama: pemutaran film di kampus-kampus dan pusat-pusat kebudayaan. Banyak pusat kebudayaan di kota-kota besar seperti Jakarta, Bandung, Yogyakarta dan Surabaya, memiliki fasilitas pemutaran film yang memadai. Pusat-pusat kebudayaan ini umumnya merupakan pusat kebudayaan Eropa yang beroperasi di Indonesia seperti pusat kebudayaan Prancis, Jerman dan Belanda. Tidak seluruhnya memiliki fasilitas proyektor film. Namun pusat-pusat kebudayaan ini secara rutin menyelenggarakan pemutaran film di auditorium-auditorium mereka, dengan memutar film-film dari video, DVD atau terkadang mini- DV dan film 16 milimeter.

Ketersediaan jaringan pusat kebudayaan ini cukup signifikan untuk mendukung penyelenggaraan festival-festival film di Jakarta. Jakarta International Film Festival (JIFFEST) secara

reguler memanfaatkan jaringan pusat kebudayaan ini untuk menyelenggarakan pemutaran film. Bahkan belakangan negara-negara Eropa yang tergabung dalam European Union menyelenggarakan festival mereka sendiri dengan memanfaatkan jaringan pusat kebudayaan itu.

Eksebisi alternatif lain adalah beberapa kineklub yang cukup aktif seperti Kineforum yang dikelola Dewan Kesenian Jakarta atau Bentara Budaya Jakarta yang merupakan bagian kegiatan kelompok media Kompas-Gramedia serta Art Cinema yang berada di bawah Kampus FFTV IKJ dan dikelola oleh Institut Kesenian Jakarta. Kineforum sendiri memiliki fasilitas pemutaran film yang sekelas dengan bioskop-bioskop jaringan 21 dan dibangun oleh pemilik bioskop 21, berlokasi di Pusat Kesenian Taman Ismail Marzuki.

Keseluruhan eksebisi alternatif ini tidak mendapat dana pemerintah kecuali Kineforum yang mendapat dana dari Pemerintah Daerah Ibukota Jakarta yang disalurkan melalui Dewan Kesenian Jakarta. Namun Kineforum lebih banyak dijalankan berdasarkan kegiatan non-komersial dan dijalankan oleh para relawan, baik dalam sumbangan program pemutaran film maupun dalam kegiatan pemutaran itu sendiri.

Peluang untuk memperbanyak lokasi eksebisi alternatif ini sebenarnya sangat dimungkinkan dalam UU No.33 tahun 2009 tentang Perfilman, terutama dengan peran pemerintah daerah. Dalam UU Film, pemerintah daerah diberi kewajiban untuk memfasilitasi dan mendukung pengembangan perfilman. Hal ini membuat posisi mereka bisa mengalokasikan dana untuk pembukaan lokasi eksebisi alternatif di lokasi-lokasi yang menjadi milik pemerintah daerah. Melalui kerjasama dengan pengusaha dan komunitas-komunitas film di daerah masing-masing, maka pembangunan lokasi-lokasi eksebisi alternatif bisa dilakukan. Namun hal ini belum dieksplorasi secara mendalam oleh pemerintah daerah sampai saat ini.

Hingga saat ini, perhatian baru diberikan oleh Pemerintah Provinsi Jawa Barat, sebuah provinsi dimana Wakil Gubernurnya adalah bekas seorang pemain film, Dede Yusuf. Ia menyayangkan tutupnya bioskop-bioskop di Jawa Barat yang dikelola oleh perusahaan milik Pemda Jabar, PT Jawi atau Jasa Pariwisata. Namun ia tetap berharap agar di bekas-bekas bioskop itu tetap menjadi sarana pemutaran film.

> Saya kira tidak masalah gedung itu beralih fungsi menjadi cafe atau gedung pertemuan, namun diharapkan di lokasi itu tetap bisa digelar pemutaran film terutama film-film independen yang meng-expose budaya dan potensi daerah," kata Dede[175].

Keadaan eksebisi film di Indonesia

Dalam sejarah industri film Indonesia, bisnis bioskop selalu berkaitan dengan distribusi film, bahkan terkadang berkaitan dengan produksi. Perusahaan-perusahaan film yang menjalankan kegiatan bisnis bioskop biasanya memiliki perusahaan lain dalam kelompok mereka yang menjalankan kegiatan produksi atau distribusi dan impor film. Dalam regulasi mengenai perusahaan di bidang perfilman, sesungguhnya dua kegiatan berbeda boleh dijalankan oleh satu perusahaan apabila itu berupa produksi dan distribusi serta ekspor untuk film yang mereka produksi sendiri.

Semangat untuk memisahkan antara produksi-distribusi dengan eksebisi pada UU No.33 tahun 2009 tentang Perfilman. Ketentuan ini memang mengacu pada model di Amerika Serikat yang sejak tahun 1948 telah menetapkan larangan terjadinya integrasi vertikal antara bioskop (eksebisi) dengan perusahaan produksi-distribusi guna membangun iklim persaingan usaha yang sehat. Di atas kertas, kebijakan untuk menghalangi terjadinya integrasi vertikal sudah ada, baik dalam UU Film maupun dalam UU No.5 tahun 1999 tentang Persaingan Usaha. Namun kenyataan yang terjadi menunjukkan adanya penyatuan antara perusahaan

[175] Antara News, http://www.antaranews.com/berita/252235/16-bioskop-di-jabar-bangkrut-jadi-cafe

produksi-distribusi dengan perusahaan eksebisi atau penyatuan distribusi dengan eksebisi yang menyebabkan terjadinya konsentrasi pasar dan persaingan usaha yang tidak sehat.

Kenyataan di lapangan ini menyebabkan terjadinya ketertutupan pasar dari pemain baru. Sulit bagi pemain baru untuk tumbuh dengan sehat mengingat adanya dominasi akibat menyatunya perusahaan distributor dengan perusahaan eksebitor sebagaimana diperlihatkan dalam bagian sebelumnya. Maka kajian atau pun tinjauan tentang eksebisi film di Indonesia tak dapat dilepaskan dari kajian mengenai distribusi film.

Tak heran ketika pembahasan tentang distribusi film di Indonesia dalam buku *Pemetaan Persoalan Film Indonesia* (Budi Irawanto, 2004) berisikan pembahasan tentang keberadaan pihak eksebitor. Kekeliruan konseptual ini berakibat pada kesalahpahaman pada dua tingkatan. Pertama, ketiadaan atau matinya perusahaan distributor di Indonesia tidak tercatat dengan baik dalam penelitian yang dilakukan oleh Budi Irawanto dan Novi Kurnia itu. Akibat lanjutan dari hal ini adalah tak terbacanya struktur pasar yang timpang, dimana dominasi kelompok eksebitor tertentu telah membentuk pola menonton film di Indonesia, terutama jika diamati dalam jangka waktu yang panjang.

Akibat kedua dari kekeliruan konseptual itu adalah tak terbahasnya eksebitor sebagai salah satu elemen yang penting dalam membentuk *supply chain management*. Film dikembangkan dari ide, diproduki dan kemudian diasumsikan langsung bersentuhan dengan masyarakat penonton melalui mekanisme distribusi, padahal ada proses penting antara distribusi dan eksebisi yang dapat turut menentukan banyak hal berkaitan dengan muatan film atau produk yang dikembangkan. Pada kasus eksebisi di Indonesia, tak dibahasnya proses antara distribusi dengan eksebisi menghilangkan adanya aspek persaingan antara film nasional dan film impor yang menjadi salah satu hal yang terus dipertimbangkan dalam pengambilan kebijakan perfilman di Indonesia.

Ekonomi politik bioskop di Indonesia

Pembahasan mengenai bioskop di Indonesia lebih banyak dilihat sebagai bagian dari pembahasan mengenai film atau kehidupan sosial budaya. Tidak banyak yang melihat bioskop sebagai bagian dari ekonomi politik, atau alokasi sumber daya. Padahal bioskop adalah entitas bisnis yang sangat penting dalam pengelolaan rantai pasokan produksi film.

Dalam sejarahnya di Indonesia, bioskop tidak pernah dipandang sebagai semata-mata ruang ekonomi yang sepenuhnya ditentukan oleh kekuatan komersial. Bioskop di Indonesia justru dipandang sebagai bagian dari sarana publik, dimana negara melakukan banyak sekali pengendalian berdasarkan berbagai kepentingan berbeda, mulai dari kepentingan ekonomi (seperti melindungi industri film nasional), kepentingan budaya (seperti mempromosikan film yang "bermutu" dan berguna untuk "membangun karakter bangsa") hingga kepentingan ideologis (seperti untuk menghentikan aktivitas bekas anggota PKI yang "memobilisasi massa lewat pertunjukan ludruk di bekas gedung bioskop").

Kepentingan-kepentingan itu memang telah menyebabkan film Indonesia dipenuhi jargon atau dijadikan kendaraan bagi kepentingan politik dan kepentingan ekonomi yang bersandar pada perkoncoan. Dalam kasus Indonesia, keberadaan jargon yang menjustifikasi peran negara ini selalu rentan terhadap penyalahgunaan seperti favoritisme, ekonomi konco dan korupsi. Tetapi peran negara tidak bisa diabaikan, baik secara ekonomi maupun budaya. Seperti dinyatakan oleh akademisi JP Singh (2010. Hal.10), produk budaya sesungguhnya berada dalam persimpangan di antara apa yang populer disebut sebagai konflik antara perdagangan dan kebudayaan (*commerce dan culture*) terutama jika dikaitkan dengan perundingan mengenai arus bebas masuk industri audio visual pada *General Agreement of Tariff and Trade* (GATT) dan lanjutannya *World Trade Organization* (WTO).

Seperti digambarkan oleh Flibbert (2007), tarik menarik antara perdagangan (*commerce*) yang menghendaki pasar bebas dan negara (*state*) yang menghendaki terjadinya perlindungan terhadap kedaulatan budaya terus terjadi sepanjang sejarah industri film suatu negara. Flibbert mencatat hal penting berkaitan dengan perilaku insititusi-institusi di dalam suatu negara dalam kaitannya dengan kecenderungan mereka terhadap pilihan kebijakan termasuk pilihan-pilihan para perilaku di subsektor masing-masing, termasuk subsektor ekebisi.

Dalam pandangan Flibbert, subsektor eksebisi memiliki ikatan yang kuat dengan pasar internasional, karena berbagai hal. Salah satu faktor terpentingnya adalah keterjaminan pasokan film baik dari segi mutu maupun jumlahnya secara kontinyu bagi bioskop-bioskop mereka karena lemahnya kapasitas produksi lokal.

Dalam kaitannya dengan pilihan subsektor terhadap perdagangan internasional, Flibbert memandang bahwa para eksebitor pada umumnya memilih untuk berada pada posisi yang liberal, atau menginginkan agar terjadinya arus masuk yang lancar terhadap film asing. Preferensi terhadap arus masuk yang lancar ini mencerminkan rapuhnya mereka terhadap turunnya pendapatan yang disebabkan oleh meningkatnya kebijakan yang proteksionistis dari negara.

Usaha bioskop ditandai oleh dua karakter yang saling berhubungan:

1 sulit untuk keluar begitu saja dari bisnis itu, karena

2 pengalihan asetnya menjadi kegiatan usaha lain tak mudah dilakukan. Pengalihan aset hanya cepat bisa dilakukan kepada pengusaha bioskop lainnya. Dengan kecenderungan seperti ini, usaha bioskop cenderung untuk membentuk kelompok yang secara bersama memecahkan persoalan ketimbang secara independen melakukan tekanan dan lobi terhadap pemerintah untuk membela kepentingan mereka.

Secara garis besar, usaha bioskop di Indonesia sendiri dapat dibagi menjadi dua periode besar yaitu periode bioskop sebagai usaha keluarga dan periode ketika bioskop menjadi bagian dari konglomerasi bisnis yang lebih besar. Dalam perjalanan hidup dan pertumbuhan bioskop di kedua periode tersebut, peran negara tidak pernah bisa dilepaskan sepenuhnya karena karakter negara Orde Baru yang memang amat berkepentingan untuk melakukan regulasi terhadap arus film yang masuk berlandaskan pada semacam nasionalisme ekonomi.

Periode tumbuhnya bioskop secara besar-besaran pada awal Orde Baru justru terjadi ketika negara secara sadar membebaskan arus masuk film impor. Dengan alasan ideologis dan ketakutan terhadap "kebangkitan lagi PKI", Menteri BM Diah sengaja menghidupkan kembali bioskop dengan menggunakan film impor, ketimbang mengisinya dengan film nasional. Ketika itu, tahun 1966, jumlah produksi film Indonesia sangat rendah, tak terlepas dari krisis politik saat itu sesudah peristiwa G30S/PKI. Maka dengan kesadaran untuk menghidupkan bioskop, Menteri BM Diah membebaskan arus masuk film.

Pembebasan arus masuk inilah yang menumbuhkan bioskop sedemikian rupa di Indonesia. Pada umumnya bioskop-bioskop yang tumbuh pada masa ini merupakan usaha keluarga dengan skala kecil ke menengah, mulai dari satu pengusaha yang memiliki satu gedung bioskop yang dikelola sendiri oleh si pengusaha dibantu keluarganya, hingga kelompok Kharisma Jabar di Jawa Barat, khususnya wilayah Pasundan yang sempat memiliki 171 unit bioskop yang dikelola dengan model usaha keluarga.

Karakter bioskop sebagai usaha keluarga ini berubah pada pertengahan 1980-an hingga awal 1990-an seiring dengan masuk dan menguatnya pemain besar yaitu PT Subentra ke dalam bisnis bioskop dengan *brand* mereka yaitu bioskop 21. Terdapat karakter yang sangat berbeda antara model bisnis dan pengelolaan bioskop PT Subentra dengan model bisnis dan pengelolaan bioskop para pengusaha bioskop lama seperti akan

diterangkan nanti. PT Subentra pada dasarnya merupakan bagian dari konglomerasi usaha yang tumbuh dengan berkembang seiring semakin menguatnya kapitalisme Orde Baru.

PT Subentra merupakan bagian dari usaha konglomerat Sudwikatmono yang memiliki banyak bidang usaha lain termasuk Indocement yang merupakan perusahaan semen terbesar di Indonesia di masa itu, pabrik terigu Bogasari dan perusahaan real estate serta supermarket Golden Truly. Bahkan menurut pengakuan Sudwikatomono sendiri, penghasilan dari bioskop-bioskop PT Subentra ini merupakan perusahaan dengan pemasukan terendah[176].

Dengan skema permodalan yang didukung perbankan dan model bisnis yang profesional, PT Subentra membawa perubahan pada bisnis bioskop secara besar-besaran. Bioskop tak bisa lagi dikelola sebagai usaha keluarga dengan kualitas layanan rendah. Segera saja suntikan dana yang besar dan penerapan standar layanan menjadi keunggulan bioskop-bioskop PT Subentra yang bukan hanya melindas bioskop-bioskop dengan model bisnis keluarga tetapi juga turut mendatangkan lagi para penonton ke bioskop yang sempat merasa kapok dengan bioskop, seperti misalnya dikatakan kritikus film terkenal saat itu, Salim Said:

> Sinepleks sendiri adalah sebuah trend baru dalam dunia perbioskopan. […] Saya sendiri mulai kembali menonton di bioskop sejak adanya sinepleks. Kenapa? Suasananya akrab dan pilihan banyak. Itu satu hal. Kedua, dengan banyaknya ruang pertunjukan, kesempatan makin terbuka bagi film-film Indonesia untuk juga diputar di sana. (Wawancara dengan Farid Gaban, Salim Said, *Pantulan Layar Putih*. Hal. 205)

PT Subentra kemudian mendominasi bisnis bioskop di Indonesia karena beberapa faktor. **Pertama,** adanya dukungan politik dari pemerintah Orde Baru terhadap PT Subentra. Hal ini tak terlepas dari status pemilik PT Subentra, Sudwikatmono, sebagai adik ipar dari Presiden Soeharto. Dalam gambaran Sudwikatmono

[176] "Saya Selalu Dikambinghitamkan", *Tempo* 13 juli 1991

sendiri, hal ini memudahkannya untuk bertemu dengan Menteri Penerangan dengan mudah sementara para pengusaha bioskop lain harus menunggu lama untuk itu[177].

Kedua, terjadi penyatuan antara distribusi dan eksebisi di tangan kelompok usaha PT Subentra. Melalui perusahaan satu atap mereka, PT Suptan, kelompok usaha ini berhasil mendominasi arus masuk film asing. Dengan penguasaan mereka terhadap film asing, secara bertahap PT Subentra berhasil menguasai banyak bioskop, baik dengan membangun sendiri yang baru, membeli bioskop lama atau bekerjasama dengan pemilik lama dengan penguasaan dan pengelolaan di tangan mereka.

Sekalipun para pelaku PT Subentra membantah hal ini, tetapi keberadaan kelompok-kelompok usaha mereka dalam kegiatan impor film asing dan distribusi sekaligus, menyebabkan posisi tawar mereka amat tinggi di hadapan para pesaing maupun partner mereka. Perlahan-lahan dalam jangka waktu yang cukup panjang, PT Subentra berhasil mendominasi bioskop di Indonesia hingga mencapai posisi yang amat dominan dan memperlihatkan praktek monopoli di lapangan.

Ketiga, adanya kerjasama dengan studio besar yang tergabung dalam MPAA (waktu itu masih bernama MPEA) dengan mereka yang memberi posisi tawar luar biasa kepada mereka. Film-film MPAA dianggap sebagai film-film Amerika yang paling berkualitas dan menjadi magnet utama penarik penonton untuk datang ke bioskop. Ketika MPAA memilih perusahaan-perusahaan yang berada satu atap dengan PT Subentra untuk menjadi mitra distribusi film-film mereka di Indonesia sejak 1991, maka hal ini membuat posisi PT Subentra berada di atas angin dibandingkan dengan para pesaing dan mitra mereka.

PT Subentra bisa memanfaatkan film-film ini untuk menciptakan semacam *entry barrier*, setidaknya semacam prasyarat bagi para pengusaha bioskop yang ingin mengembangkan model bioskop serupa dengan model yang mereka jalankan. Keberadaan

[177]ibid.

bioskop-bioskop dengan model yang dikembangkan oleh PT Subentra amat bergantung pada film-film dari MPAA. Dengan demikian, mereka memiliki posisi tawar lebih besar dalam menentukan syarat kerjasama dengan bioskop-bioskop yang ingin mendapatkan film-film MPAA.

Dari perjalanan sejarah distribusi yang sudah dibahas pada bab sebelumnya, maka akan dilihat bagaimana hal itu mempengaruhi eksebisi. Dengan mengacu pada fase demi fase perkembangan *distribution-exhibition complex* yang berujung pada jaringan bioskop 21, maka tarik menarik antara pasar bebas dan peran negara akan dibahas, terutama dalam pengaruhnya terhadap keragaman film.

Analisis Perjalanan Bioskop di Indonesia

Fase AMPAI

Perkembangan bioskop pada fase ini sepenuhnya mengikuti "kehendak pasar" terutama pada dekade 1950-an ketika perusahaan Amerika bisa melakukan distribusi langsung lewat *American Motion Picture Association of Indonesia* (AMPAI). Ketiadaan rezim devisa bebas, tak menghalangi para distributor film Amerika untuk memasukkan film-film mereka ke Indonesia.

AMPAI sangat berkepentingan untuk menguasai jalur-jalur bioskop yang mereka anggap paling menguntungkan bagi produk mereka. Pada waktu itu pasar eksebisi terbelah secara garis besar menjadi dua pasar utama yaitu bioskop-bioskop "Kelas A" yang menjadi tempat bagi major studios Amerika Serikat yang seakan tak dapat diganggu gugat oleh film Indonesia. Bahkan terjadi penjaluran secara tajam dimana bioskop-bioskop tertentu mengkhususkan diri untuk film-film dari distributor-distributor tertentu.

Bioskop-bioskop yang termasuk dalam kelas ini adalah Megaria, Capitol (di Pasar Baru), Jakarta Theater, Menteng dan Garden

Hall yang memiliki kursi antara 700-an (Capitol) hingga 1.500 (Megaria) semuanya di berada Jakarta atau Mitra di Surabaya. Harap diingat pada dekade 1950-an sampai akhir 1980-an, bioskop masih merupakan gedung yang berdiri terpisah (bukan bagian dari mall, plaza atau pusat perbelanjaan lain) dan hanya memiliki satu layar.

Sesudah bioskop Kelas A, tentu bioskop Kelas B yang masih terletak di Jakarta dan kota besar. Bioskop-bioskop kelas ini merupakan bioskop yang memutar film-film yang sudah selesai diputar di bioskop kelas A (sering diistilahkan sebagai bioskop *slider*, dimana film kelas A "bergeser" ke bioskop kelas B sesudah masa tayang di bioskop kelas A selesai). Bioskop kelas B juga menjadi tempat bagi pemutaran perdana untuk film-film Indonesia yang dianggap sebagai film bermutu dan berpeluang untuk ditonton oleh kelas menengah kota besar Indonesia pada waktu itu.

Selanjutnya adalah bioskop kelas C yang merupakan bioskop yang berada di pinggiran Jakarta atau bahkan di kota-kota kecil. Mereka menerima film-film Amerika (dan film Eropa atau Mandarin atau film asing lainnya) yang sudah melewati masa putar di Kelas B. Film Indonesia yang mereka terima juga umumnya film yang sudah "dibuang" oleh Kelas B.

Di luar struktur baku itu, belakangan, masih ada bioskop kelas D yang terkadang merupakan bioskop setengah terbuka dan tak memiliki atap, sampai bioskop kelas kelurahan yang boleh didirikan berkat adanya SK Gubernur DKI mengenai LKPMD, alias Lembaga Ketahanan Pemerintahan Masyarakat Desa. Pendirian bioskop oleh lembaga ini didasari oleh keinginan untuk mencarikan kegiatan bagi kalangan muda di tingkat kelurahan agar mereka bisa mendapatkan hiburan sekaligus terhindar dari kegiatan yang tidak produktif dan membahayakan secara politis.

Namun pada masa itu terjadi segregasi film secara tajam dimana film-film Indonesia sama sekali tidak bisa diputar di bioskop-bioskop kelas A. Perubahan terjadi sejak Usmar Ismail memaksa

pemilik bioskop Capitol, seorang Belanda, untuk memutar filmnya, *Krisis*. Bahkan Usmar memukul orang tersebut dan ini menjadi pemberitaan besar di berbagai media. Krisis akhirnya diputar di Metropole, bioskop yang dianggap paling hebat pada masanya dengan 1.500 kursi. Ternyata penonton film itu banyak sekali hingga bioskop penuh selama sekitar 5 pekan. Sesudah film itu, mulai muncul film Indonesia di bioskop-bioskop kelas A, sekalipun terbatas. Bioskop-bioskop kelas A untuk film Amerika malah lebih ramah terhadap film-film Indonesia dengan sasaran kelas menengah.

Model bisnis AMPAI dan penjaluran bioskopnya terhenti ketika terjadi aksi pemboikotan film-film Amerika oleh PAPFIAS (Panitia Pemboikotan Film Imperialis Amerika Serikat). Akibat ditutupnya AMPAI pada tahun 1964, bisnis bioskop mengalami pukulan keras dan jumlahnya turun drastis, dari 800-an bioskop ke sekitar 350-an bioskop. Banyak bioskop tutup dan pengusahanya beralih ke bidang usaha lain. Beberapa bioskop diubah menjadi panggung ketoprak hingga gudang beras. Hal ini terus berlangsung hingga terjadianya perubahan politik besar yang bersumber dari Gerakan 30 S/PKI pada tahun 1965.

Situasi ini diperburuk dengan tindakan pemerintah melakukan pemotongan uang atau sanering yang menyebabkan inflasi luar biasa dan melumpuhkan daya beli masyarakat. Bioskop yang sebelumnya sudah mengalami kesulitan akibat ketiadaan pasokan film, akhirnya benar-benar tutup dan mengalihkan usahanya.

Fase Tata Niaga (1967-1985)

Sesudah boikot AMPAI, bioskop lesu karena minimnya film untuk diputar. Mengiringi jumlah film yang merosot drastis, jumlah bioskop juga berkurang. Bioskop-bioskop tutup, dan beralih fungsi hingga menjadi gudang beras atau panggung pertunjukan ketoprak. Ketika itu ada kekuatiran dari Menteri BM Diah bahwa bioskop-bioskop yang tak terpakai itu digunakan

untuk kesenian ludruk yang dipelopori oleh para bekas anggota PKI. Maka penting bagi pemerintah agar bioskop-bioskop bisa dipasok lagi dengan film.

Pada tahun 1967 sempat diadakan sebuah seminar yang memikirkan dua opsi untuk mengisi kembali bioskop. Opsi pertama adalah dengan meningkatkan mutu film Indonesia dan langkah kedua adalah dengan memanfaatkan film impor untuk mengisi kekosongan bioskop-bioskop itu[178]. Beriring dengan itu, usaha untuk meningkatkan mutu produksi juga dilakukan dengan mendirikan Dewan Produksi Film Nasional yang bertujuan memproduksi film yang dapat membuktikan bahwa orang Indonesia sanggup membuat film berkualitas. Pemerintah beranggapan bahwa kedua langkah ini perlu diambil bersamaan. Di satu sisi, film impor dibebaskan dan di sisi lain, pemerintah mengkaitkan impor film dengan peningkatan produksi film nasional. Di sisi lain, pemerintah mengeluarkan SK No.71 tahun 1967 yang mengharuskan importir menyetor uang untuk setiap judul film asing yang mereka impor.

Maka pada tahun 1967, pemerintah membuka keran impor dan pada tahun itu masuk film impor sebanyak 499 judul film, dan film nasional waktu itu tercatat hanya sebanyak 6 judul. (Irawanto, 102) Dalam waktu setahun, gedung bioskop bertambah jumlahnya menjadi 450 buah (dari sebelumnya 350). Film yang diimpor juga semakin banyak hingga mencapai 784 judul. Segera saja hal ini menggairahkan kembali bisnis bioskop, tetapi membawa akibat berupa penurunan minat penonton untuk menonton film Indonesia yang kebetulan memang sedang sedikit produksinya. Kegairahan ini berlanjut hingga beberapa tahun ke depan. Pada tahun 1969, jumlah bioskop naik lagi hingga 580, dengan 6 judul film nasional dan 800 judul film impor. Pada tahun 1970 jumlah film nasional memang sedikit meningkat dan jumlah film impor juga menurun menjadi 737 judul.

[178] "Film Indonesia" Tempo, 25 Juli 1992

Tata niaga ini berlanjut dalam subsektor distribusi dimana pemerintah terus mengeluarkan aturan-aturan berkaitan dengan kuota, jumlah kopi film dan pungutan terhadap film-film impor yang boleh masuk. Dalam prakteknya, bioskop hidup dari tiga arus masuk utama film asing yaitu Amerika, Hongkong dan India. Dengan tiga arus besar ini, pemerintah kemudian menetapkan pengelompokan-pengelompokan importir ke dalam tiga jalur besar itu: asosiasi importir film (AIF) Amerika-Eropa, AIF Mandarin dan AIF Asia Non-Mandarin.

Bisa dikatakan bahwa bioskop juga terbagi mengikuti jalur distribusi itu. Beberapa bioskop mengikuti jalur distribusi dan mengkhususkan diri pada film-film Amerika, Mandarin dan India. Film-film Amerika pada umumnya menempati bioskop-bioskop "kelas A" yang harga tiket masuknya mahal dan fasilitas istimewa. Film Mandarin dan India lebih banyak beredar di bioskop-bioskop kalangan bawah, atau di dekat-dekat kantong pemukiman etnis Cina dan India.

Film Indonesia pada masa regulasi ini lebih banyak beredar di bioskop-bioskop Kelas B hingga C yang ditempati oleh film-film Mandarin dan Asia ini. Beberapa film Indonesia masuk hingga ke jalur A, tapi biasanya tidak berlangsung lama dan jumlahnya secara keseluruhan tidak banyak.

Pengkelasan itu terjadi secara alamiah, berdasarkan pembagian yang dilakukan oleh para distributor[179]. Departemen Penerangan kemudian membuat pengkelasan bioskop yang terdiri dari kelas-kelas sebagai berikut:

- A II Utama
- A II
- A I
- B II
- B I
- C
- Bioskop Mini Golongan D
- Bioskop keliling

[179]Wawancara dengan Rahim Latif, 2011.

Pada tahun 1983, keluar sebuah Peraturan Menteri Dalam Negeri yang menjadi dasar bagi pengkelasan bioskop. Dalam peraturan bernomer 46 yang merupakan petunjuk pelaksanaan "Penertiban Peredaran Film dan Perbioskopan di Daerah dalam Rangka Peningkatan Pendapatan Asli Daerah" itu, menteri dalam negeri memberi arahan kepada Badan Perilman Daerah untuk melakukan pengkelasan terhadap bioskop-bioskop dan pajak tontonan yang bisa diberlakukan untuk masing-masing kelas.

Ketentuan dari mendagri ini membagi klasemen bioskop berdasarkan kota-kota tempat bioskop itu berada. Klasifikasi kota berdasarkan Permendagri itu:

Ibukota RI	Kelas A II Utama ke bawah
Kota Umum	Kelas A II ke bawah
Kota Penunjang	Kelas A I ke bawah

Ketentuan dari pemerintah ini, menurut Rahim Latif[180], menyebabkan kekacauan dalam peredaran. Distributor tidak bisa lagi menyalurkan film seperti yang mereka biasa lakukan. Dalam pandangan para distributor, merekalah yang paling mengerti mengenai kelas film dan di bioskop maka film itu bakal laku. Ketika pemerintah, melalui PT Perfin menetapkan kelas film dan bioskop tempat film itu seharusnya diedarkan, maka film-film itu "tidak jalan".

Para distributor merasa bahwa mereka adalah yang paling mengerti film jenis apa yang seharusnya diputar di bioskop mana. Pada fase ini, di Jakarta terjadi penjaluran distribusi yang merupakan pembagian lahan antara para distributor. Penjaluran itu terbentuk berdasarkan kesepakatan bersama dan berbasiskan bioskop-bioskop yang ada. Pada tiap jalur terdapat bioskop utama (yang berhak mendapatkan penayangan pertama film yang baru masuk) kemudian bioskop kedua (biasa disebut *slider* atau tempat film-film itu "bergeser") lalu bioskop pada lingkaran ketiga yang sudah menerima sisa film-film sebelum

[180] ibid

kemudian diambil oleh bioskop kelas D dan layar tancap atau bioskop keliling.

Jalur yang ada di Jakarta pada dekade 1080-an, yaitu:

- Jalur A mencakup kelompok bioskop Plaza Theatre, Mandala, Kuningan dan sebagainya;
- Jalur B mencakup kelompok DjakartaTheatre, Kartika Chandra Theatre dan sebagainya;
- Jalur C mencakup kelompok New Garden Hall dan sebagainya;

Salah satu tanda dari pemahaman distributor yang lebih kuat ketimbang tata edar yang dipaksakan ini misalnya dari kecenderungan larisnya film-film komedi di Jalur B. Film komedi, termasuk komedi slapstick murahan yang dibuat untuk penonton kelas bawah, semisal film *Pintar-Pintar Bodoh* dan *Oke Boss*, tetap saja laris ketika diputar di bioskop utama pada jalur B seperti Djakarta Theatre dan Kartika Chandra.

Pengetahuan distributor ini tidak diadopsi oleh keputusan pemerintah mengatur tata edar. Akibatnya, banyak film yang "tidak jalan" dan gagal mencapai tingkat penjualan yang memadai. Hal ini membuat bisnis bioskop menjadi tidak kompetitif, apalagi ditambah dengan maraknya pembajakan lewat kaset video yang memukul tidak hanya film nasional tetapi juga film asing. Pengusaha bioskop seperti New Garden Hall dan sekitar 10 bioskop lainnya di Jakarta terpaksa tutup karena perkembangan ini. Ditambah dengan perubahan kota Jakarta berupa meningkatnya kemacetan lalu lintas, angka penonton yang terus turun ini telah mendesak bioskop untuk mempertimbangkan kelangsungan usaha mereka, sampai akhirnya benar-benar tutup. Bioskop-bioskop yang tutup karena kemunduran drastis bisnis bioskop adalah New International (Monas), Rama (Rawamangun), New Garden Hall (BlokM), Ramayana (Gunung Sahari) dan bioskop elit Menteng[181].

[181] "Gulung Layar", *Tempo* 11 Agustus 1984.

Penguasaan distribusi di tangan PT Suptan ini dengan segera menjadikan perusahaan ini penentu bagi nasib banyak bioskop. Bioskop yang hidupnya bergantung pada pasokan film impor, kehilangan daya tawar di hadapan PT Suptan karena mereka menguasai seluruh jalur masuk film impor, sekalipun di atas kertas hal itu tidak terbukti. PT Suptan yang awalnya merupakan importir untuk film-film Mandarin dan tergabung di asosiasi importir film Mandarin, pada kenyataannya menguasai seluruh jalur distribusi seperti dinyatakah oleh produser film Budiyati Abiyoga seperti dimuat oleh Majalah Tempo[182]

> "kalau daftar importir film mencantumkan 16 perusahaan, maka 15 diantaranya sudah tidak lagi aktif." Pendek kata, tinggal PT Suptan yang bertahan, dan memborong semua kegiatan yang semula ditangani oleh Asosiasi Eropa-Amerika, Mandarin dan Asia Non-Mandarin itu.

Budiyati menyebutnya sebagai "monopoli terselubung".

Fase ini merupakan fase yang menandai perubahan-perubahan besar dalam subsektor eksebisi di Indonesia.

Pertama, adalah pendirian sinepleks yang dimulai oleh Kartika Chandra pada tahun 1986 dan tak lama sesudah itu Studio 21 yang dimiliki PT Subentra. Pendirian kedua sinepleks ini menandai era sinepleks di Indonesia karena mengiringi pendirian sinepleks-sinepleks di seluruh Indonesia. Di berbagai kota, sinepleks mulai didirikan di berbagai kota di Indonesia. Di kota Bandung, bioskop Nusantara dan Palaguna digabung menjadi dua. Masing-masing bioskop itu dipecah menjadi 4 sehingga di dalam satu gedung bioskop itu, terdapat 8 ruang pertunjukan[183].

Trend yang dimulai oleh PT Subentra ini diikuti oleh berbagai bioskop di berbagai kota. Pada tahun 1988 kota Surabaya memiliki bioskop kembar lima yaitu Studio 1-5 dan Oscar yang

[182] "Bergabung atau Dikepung", *Tempo*, 8 Juli 1989.
[183] "Kembar Delapan Ditaburi Bintang", *Tempo*, 22 Oktober 1988.

kembar empat serta gedung bioskop kembar tiga yaitu bioskop Plaza, Arjuna, Wijaya dan Delta. Di Semarang, ada bioskop Plaza Theatre dengan 4 ruang pertunjukan dan di Solo ada Solo Theatre juga dengan 4 ruang pertunjukan.

Perubahan-perubahan ini memang merupakan trend, tapi tidak sepenuhnya terjadi secara alamiah begitu saja. Tekanan kelompok 21 ke bioskop-bioskop satu layar satu gedung ("konvensional") menyebabkan peralihan-peralihan itu terjadi. Menurut data Majalah Tempo[184], pada tahun 1989 terdapat 66 sinepleks di seluruh Indonesia dan 15 di antaranya bioskop dengan merk 21, yang merupakan merk dagang PT Subentra. Sedangkan sisanya tidak menggunakan nama 21 dan merupakan usaha bagi hasil antara Subentra dengan pengusaha bioskop yang lama[185].

Kedua, jalur distribusi menyatu di tangan PT Suptan, dan kemudian meluas ke perusahaan-perusahaan yang menjadi mitra PT Suptan. Hal ini membuat bioskop mulai merasakan kesulitan untuk mendapatkan film dan hal ini membuat mereka akhirnya menyerahkan pengelolaan bioskop mereka ke tangan PT Subentra agar usaha mereka tetap bisa berjalan. Karena *exit strategy* bioskop yang memang sulit karena asetnya yang sangat spesifik[186], maka langkah menghindar kerugian paling mudah adalah menjual bioskop itu ke pengusaha bioskop lain. Bioskop Megaria adalah salah satu contohnya ketika mereka akhirnya pemiliknya melepaskan kepemilikan atas bioskop kepada PT Subentra.

Penguasaan terhadap arus masuk film impor ini menjadi alat ampuh bagi PT Subentra untuk melakukan ekspansi. Sayap distribusi film mereka, PT Suptan, bekerjasama dengan para distributor-distributor di daerah menguasai distribusi di daerah-daerah tertentu. Di Semarang, PT Suptan bekerjasama dengan PT Sanggar dan mereka berhasil menyingkirkan PT Sendang, yang selama ini berbagi lahan distribusi dengan PT Sanggar.

[184] "Kerajaan Film Impor", *Tempo*, 22 Juli 1989
[185] *ibid*.
[186] Flibbert (2007) seperti dikutip di halaman 236 buku ini

Terbentuknya jalur distribusi tunggal ini juga terjadi di Jawa Barat dimana hanya ada PT Kharisma, dan di Jawa Timur hanya ada PT Inarosa. Wilayah edar Sumatra, Kaltim, Kabsel dan Indonesia Timur ditangani oleh PT Isae Film.

Konsekuensi dari jalur distribusi tunggal ini adalah kesulitan yang menimpa bioskop-bioskop yang berada di luar jalur distribusi mereka. Contoh untuk ini bisa dilihat pada persaingan antara PT Sendang dan PT Sanggar di Semarang yang terjadi pada tahun 1986. Ketika itu, PT Sendang mulai tak mendapat pasokan film impor dari asosiasi importir. PT Sendang dianggap memiliki catatan buruk di mata asosiasi importir karena utangnya menumpuk[187]. Asosiasi importir film kemudian menunjuk PT Sanggar Film sebagai satu-satunya distributor impor film di Provinsi Jawa Tengah dan Yogyakarta. Pada waktu itu, di Jawa Tengah dan Yogyakarta terdapat 171 bioskop, dengan 41 di bawah Dwi Sendang dan sisanya 130 mendapat pasokan PT Sanggar. Bioskop-bioskop di bawah PT Sendang sempat meminta film kepada PT Sanggar, tetapi ditolak[188]. Akibat dari hal ini, bioskop-bioskop yang berada di bawah PT Sendang, akhirnya memutar film-film lama, dan penonton berkurang secara drastis. Bioskop-bioskop itu akhirnya tutup satu demi satu.

Pelan tapi pasti, satu demi satu jaringan bioskop yang ada, beralih ke kelompok 21 dalam berbagai bentuk kerjasama. Tidak seluruh kerjasama itu bersifat memaksa. Chand Parvez Servia yang pernah memiliki sekitar 170 bioskop di provinsi Jawa Barat di bawah bendera PT Kharisma Jabar menggambarkan bahwa penyatuan bioskop-bioskopnya dengan kelompok 21 terjadi secara sukarela. Pengakuan Chand Parvez[189]:

> "Kalau situasi berubah, saya harus menyesuaikan. Saya menyadari mereka mempunyai bank, permodalan besar [...]. Ya kita kerjasama. Bagi persentasi. Awalnya persentasenya besar, main lama makin kecil, tapi *ya udahlah*. [...] Mereka terbuka (berkata pada saya), 'mau berapa persen?' tapi saya sendiri nggak mampu Pak. Investasinya begitu besar."

[187] "Siapa Kena Tendang?", *Tempo*, 20 September 1986
[188] *ibid*.
[189] Wawancara tanggal 11 Mei 2011.

Dengan demikian Parvez tidak merasa bahwa apa yang terjadi dengan ekspansi kelompok 21 ini tidak merugikannya. Ia malah beranggapan bahwa ia bisa berkonsentrasi pada rumah produksi yang dimiliki dan dikelolanya, sementara bisnis bioskop tidak lagi dipandang sebagai bisnis yang menguntungkan. Namun Parvez mengakui bahwa dengan skema bisnis yang dijalani oleh kelompok 21, bioskop-bioskop kecil di kota-kota kabupaten yang jauh atau di kota kecamatan relatif tidak bisa tumbuh dan mati. Dalam pandangannya, skema seperti yang dijalankan oleh kelompok 21 menuntut modal yang besar dan biaya operasional yang tinggi. Hal itu hanya bisa didapatkan di kota-kota besar, terutama di mal. Di kota kecil, bisnis seperti yang dijalankan bioskop kelompok 21 tak akan berjalan selain karena kurangnya daya beli penduduk, adanya saingan televisi dan video (dan kemudian VCD serta DVD bajakan) yang menyulitkan para pengusaha bioskop.

Ketiga, film nasional mengalami peminggiran ketika harus bersaing dengan film impor. Para pengusaha bioskop dituduh mendahulukan film-film impor ketimbang film nasional karena mereka jugalah yang mengimpor film-film tersebut. PT Suptan sebagai importir film, bukan hanya memiliki hak edar di seluruh bioskop, tetapi juga memiliki jadwal edarnya. Sering terjadi, pengusaha bioksop menolak memutar film nasional karena bioskop sudah terikat jadwal yang ditetapkan oleh PT Suptan. Menurut distributor Rahim Latif, bioskop bisa memutar film-film di luar milik PT Suptan, tetapi ia bisa diboikot oleh PT Suptan yang bisa berarti kebangkrutan[190].

Pada fase inilah banyak terjadi film-film nasional yang tidak menemukan distributor sama sekali[191] dan tersimpan begitu saja di laci para produser. Padahal menurut produser film Budiyati Abiyoga, film Indonesia tempatnya adalah di bioskop-bioskop pinggiran, bukan di bioskop kelas A yang menjadi tempat bagi film-film impor yang sedang berubah satu demi satu menjadi bioskop 21. Seharusnya dengan pembagian seperti ini, film

[190]"Bergabung atau Dikepung", *Tempo*, 8 Juli 1989

[191]Lihat tabel Yan Wijaya mengenai hal ini pada bagian distribusi.

Indonesia tetap bisa mendapat tempat. Namun perhitungan itu ternyata meleset karena film-film Indonesia "bermutu" tidak jalan di kelas bawah yang lebih banyak mencari film-film komedi atau laga. Sedangkan, film-film untuk kelas bawah itu, dibuat dengan kualitas sembarangan yang menyebabkan penonton juga lari meninggalkan film-film tersebut[192].

Titik terendah keterpurukan film Indonesia di bioskop adalah dengan dikembalikannya film *Langitku Rumahku* kepada pengedarnya, PT Ekapraya Film. Produser film tersebut memang bermaksud melakukan pengedaran filmnya sendiri, tidak menggunakan tangan PT Perfin karena merasa bahwa PT Perfin menjadi bagian dari dominasi tersebut, atau setidaknya mendiamkan saja praktek yang dilakukan oleh jaringan bioskop 21.

Upaya untuk melawan dominasi distribusi / eksebisi ini sempat dilakukan oleh Ekapraya Film yang memproduksi dan mengedarkan film *Langitku Rumahku*. Film yang disutradarai oleh Slamet Rahardjo Djarot ini berusaha untuk mencari lubang pemasaran mereka sendiri dan tak mengikuti jalur distribusi film Indonesia yang pada saat itu masih dikuasai oleh PT Peredaran Film Indonesia atau PT Perfin. Peredaran yang dilakukan oleh PT Perfin waktu itu, mengikuti alur distribusi berdasarkan SK Mendagri No.46 tahun 1983 yang membagi bioskop menjadi 4 kelas. Jika ketentuan yang mengikat PT Perfin itu diikuti, maka film Indonesia hanya bisa diputar di satu jalur eksebisi saja.

Langitku Rumahku, dengan sengaja melawan pola distribusi yang sedang menguatkan ketimpangan struktur pasar itu. Slamet Rahardjo bekerjasama dengan distributor Rahim Latif mencoba untuk memesan (mem-*booking*) tempat di Djakarta Theater selama beberapa hari guna memutar perdana film mereka. Tanpa pemberitahuan kepada PT Perfin, upaya tersebut dilakukan. Mereka bahkan melakukan pre-order tiket atau membeli di muka semua bangku Djakarta Theater serta membagikan tiket itu kepada para pemulung di Jakarta agar

[192] "Raja Yang Mengeluh Miskin", *Tempo*, 22 Juli 1989.

menonton film yang menceritakan kisah persahabatan seorang anak kelas menengah dengan anak pemulung tersebut. Maka pada saat itu, Djakarta Theater yang tergolong sebagai bioskop mewah di Jakarta dipenuhi oleh pemulung yang, menurut Rahim Latif, memakai baju mereka sehari-hari apa adanya[193].

Upaya ini disambut dengan kemarahan oleh PT Perfin. Peredaran film *Langitku Rumahku* yang resmi ditangani oleh PT Perfin akhirnya membentuk sebuah preseden yaitu diabaikannya ketentuan dalam SKB Tiga Menteri yang mewajibkan film nasional diputar selama sekurang-kurangnya 2 hari. PT Perfin beranggapan bahwa film *Langitku Rumahku* tidak berhasil mencapai jumlah penonton minimum di hari pertama (*take off figure*) sehingga dianggap tidak patut untuk diteruskan pemutarannya di bioskop. Maka pada jam 10 malam pada hari pertama pemutaran film *Langitku Rumahku*, copy film itu sudah diantar lagi oleh pihak eksebitor kepada produser pemilik kopi film, dalam hal ini Rahim Latif. PT Perfin dan pihak 21 beralasan, penurunan film itu dari layar mereka dilakukan berdasarkan kesepakatan Cipayung[194] yang menyaratkan adanya *Take Off Figure* (TOF) atau jumlah minimum penonton yang harus didapat oleh suatu film pada pemutaran hari pertama jika ingin diputar terus di bioskop tersebut.

Tindakan itu menyebabkan kemarahan pada kubu Rahim Latif dan Slamet Rahardjo serta Christine Hakim yang turut serta memproduseri film itu. Mereka marah pada perlakuan PT Perfin yang dianggap mengabaikan SKB Tiga Menteri dan membuat hitung-hitungan yang –mungkin saja fakta- tetapi tak dapat menjadi dasar bagi penurunan film itu dari bioskop. Kemarahan ini membuat para produser film ini membawa persoalan itu ke Pengadilan.

Setelah beberapa saat bersidang, ternyata keputusan Pengadilan berpihak kepada keputusan yang diambil oleh PT Perfin, dan ketentuan dalam SKB Tiga Menteri diabaikan. Hal ini menjadi

[193]Cerita ini didapat dari Rahim Latif dari wawancara 2011.
[194]Lihat mengenai hal ini di bab mengenai distribusi.

sebuah dasar bagi pengabaian ketentuan wajib putar film nasional yang kemudian dibicarakan dalam pertemuan antara Gabungan Pengusaha Bioskop Indonesia (GPBSI) dan Persatuan Produser Film Indonesia (PPFI) di Cipayung, Puncak, Jawa Barat. Kesepakatan ini kemudian menyebabkan SKB Tiga Menteri itu menjadi tidak lagi efektif dalam memberi tempat bagi film nasional.

Ini menjadi titik balik dari peredaran film dan pemutaran di bioskop. Bioskop tidak lagi mematuhi SKB Tiga Menteri yang menyaratkan adanya kewajiban jumlah hari minimum dalam pemutaran film Indonesia. Jumlah minimum pemutaran (*screen time quota*) sebagaimana diwajibkan oleh SKB 3 Menteri tidak lagi efektif dan terbukti bisa diabaikan.

Pada awal 1990-an inilah terjadi film-film Indonesia tidak bisa diputar di bioskop karena tak mendapat distributor. Meskipun jumlahnya tergolong sedikit, film Indonesia pelan-pelan tak mendapat tempat dalam bioskop-bioskop utama di Indonesia.

Keempat, peran pemerintah dalam eksebisi – yang selama ini dilakukan oleh regulator quasi-pemerintah yaitu PT Perfin – tergeser sama sekali oleh perusahaan swasta. Peredaran film nasional seharusnya memang berada di bawah kendali PT Perfin, tetapi karena hidup bioskop lebih banyak ditentukan oleh pasokan film impor dan kepemilikan bioskop berada di bawah PT Suptan, maka dengan sendirinya bioskop lebih mematuhi penjadwalan yang dilakukan oleh PT Suptan. Hal ini diakui, misalnya oleh Kepala Perfin Cabang Yogyakarta waktu itu, Suryahadiningrat yang mengatakan bahwa menurut peraturan memang PT Perfin yang berhak mengedarkan film tetapi "pada kenyataannya kami tak bisa berbuat apa-apa"[195].

Inilah masa untuk pertamakalinya sejak AMPAI pemerintah tidak memiliki kekuasaan terhadap peredaran film dan pengaturan bioskop. Secara bertahap dan perlahan, keputusan-keputusan yang menyangkut peredaran dan penayangan film menjadi

[195] "Kerajaan Film Impor", *Tempo*, 22 Juli 1989

sepenuhnya keputusan komersial dan tidak didasarkan pada asumsi film sebagai barang publik yang perlu diregulasi oleh pemerintah.

Kelima, dengan ekspansi jaringan 21 yang luas ke seluruh Indonesia, mulai terjadi keseragaman bioskop-bioskop di Indonesia. Keseragaman ini terjadi secara bertahap, dimulai dengan beralihnya bioskop-bioskop kelas A di Jakarta, kota utama dan kota-kota pendukung menjadi bioskop 21 atau bermitra dengan kelompok 21. Namun hal ini diiringi dengan melemahnya posisi bioskop-bioskop kelas B dan C yang terpukul oleh kekurangan pasokan film yang baik dan keberadaan kaset video bajakan yang marak. Fungsi bioskop kelas B dan C sebagai "*slider*" atau tempat bergesernya film yang ditayangkan menjadi hilang karena diambil alih oleh video bajakan. Peredaran video bajakan yang terlalu dekat waktunya dengan penayangan di bioskop utama telah menyebabkan penonton tak lagi tertarik menonton di bioskop lantaran sudah menontonnya di video.

Setahap demi setahap, bioskop yang berada di jaringan 21 melakukan ekspansi, berupa penambahan gedung-gedung pertunjukan mereka di berbagai kota. Ekspansi ini berjalan nyaris tanpa hambatan. Berbagai keluhan yang muncul dari para pelaku bioskop diabaikan oleh pemerintah dan ditunjuk sebagai buah dari tidak ketidakprofesionalan para pelaku bioskop itu sendiri, serta ketidakmampuan bersaing. Hal ini tidak sepenuhnya keliru mengingat bioskop-bioskop yang berada pada jaringan 21 telah mengubah sama sekali persepsi penonton tentang bioskop.

Dalam gambaran Majalah Tempo, beginilah gambaran bioskop 21:

> Mulai dari Pamulang, pinggiran Jakarta, sampai ke Manado, taburan bintang berwarna merah-biru (sepintas mirip cukilan bendera Amerika) merajalela. Logo 21 itu bagai jaminan kenyamanan. Film-film di sinepleks – bioskop kembar dempet – 21 selalu mutakhir. Penontonnya dimanjakan. Sambil menunggu waktu pertunjukan, penonton bisa santai di lobi

yang bersih dan sejuk, seraya mengunyah berondong jagung (pop corn) buatan 21, @ Rp 1.000. Ada musik dan TV yang menayangkan trailer, cuplikan film yang akan datang. Kamar kecilnya bersih dan harum. Ada show case yang memuat informasi lengkap tentang film apa yang sedang dan akan dipertunjukkan.

Pada hari Sabtu dan hari libur, di beberapa tempat seperti Empire 21 atau Kartika Chandra 21 di Jakarta, ruang tunggu berubah jadi ajang ngeceng. Anak-anak muda bergerombol dengan dandanan masa kini. Jumlah mereka makin mbludak pada pertunjukan tengah malam. Suara wanita renyah menggema di lobi, mempersilakan penonton memasuki gedung pertunjukan. Di pintu masuk ada sepasang wanita berseragam batik dengan belahan sampai betis, menyungging senyum. Ruangan berbau wangi, kursi kelas sofa, lantai dibalut karpet merah biru yang empuk, dan akhirnya dolby system stereo yang menggetarkan[196].

Bioskop jaringan 21 ini memperkenalkan pengalaman menonton yang sama sekali berbeda ketimbang bioskop-bioskop tunggal non-21[197]. Menonton bioskop menjadi bagian dari gaya hidup urban yang dikaitkan dengan gengsi dan kelas sosial. Penonton melihat bioskop tak sebatas pada film yang ditonton, melainkan sebagai bagian dari aktivitas yang berkaitan dengan gaya hidup secara keseluruhan. Dengan segera, model menonton seperti yang disajikan oleh bioskop dalam kelompok 21 menjadi dominan, dan model menonton di bioskop-bioskop lama menjadi tidak lagi diminati; dan pelan-pelan bioskop-bioskop lama dengan satu gedung satu layar mulai ditinggalkan oleh penonton sampai akhirnya benar-benar tutup. Maka bisnis bioskop di Indonesia memasuki satu fase penting, yaitu fase dominasi jaringan 21, dan praktek monopoli di lapangan.

[196]"Zaman Keemasan Kelompok 21", *Tempo*, 22 Juni 1991.
[197]Lihat pengakuan kritikus film Salim Said yang kembali menonton ke bioskop lagi sesudah bioskop berubah menjadi sineplex.

Fase Status Quo / Monopoli (1992-2006)

Masuknya kelompok 21 ke dalam bisnis distribusi dan eksebisi film yang menjadi bagian dari kelompok usaha Subentra ketika itu, merupakan sebuah fase penting dalam industri film di Indonesia yaitu ketika perusahaan konglomerat telah menggantikan bisnis bioskop lama yang berbasis bisnis "rumahan". Dalam model lama bisnis bioskop di Indonesia, bioskop biasanya merupakan sebuah usaha yang dikelola oleh keluarga, dengan modal kecil ke menengah. Menjalankan hobi biasanya merupakan motivasi utama para pengelola bioskop ini. Properti dimilliki sendiri oleh sang pengelola bioskop.

Hal ini berbeda sama sekali dengan kelompok 21 yang tidak memiliki sendiri gedung bioskop mereka, melainkan menyewa di mal dan pusat perbelanjaan. Dengan demikian, bioskop seperti ini secara umum tidak semata "mengundang" orang untuk keluar rumah demi menonton film, melainkan merangsang orang yang sudah berada di tempat belanja untuk memperpanjang langkah mereka ke gedung bioskop. Maka menonton film berubah dari *community event* yang berbasis sosial menjadi *commercial event* yang nyaris sepenuhnya berbasis transaksi ekonomi.

Bioskop jaringan 21 merupakan bagian dari kelompok usaha yang lebih besar dan beragam termasuk didukung oleh bank yang menjadi bagian dari kelompok usaha yang bersangkutan. Dalam kasus 21, terutama pada keterlibatan pemilik grup Subentra, Sudwikatmono, motivasi meraih keuntungan finansial mendominasi ketimbang motivasi menjalankan hobi dalam menjalankan bisnis ini, sebagaimana yang biasanya ditemukan dalam bentuk-bentuk usaha keluarga. Perbandingan antara model bisnis dan pengelolaan bioskop jaringan 21 dan bioskop "konvensional" dapat dilihat dalam tabel di bawah ini.

Tabel 34

PERBANDINGAN MODEL BISNIS BIOSKOP TUNGGAL DENGAN SINEPLEKS 21

Karakter	Bioskop	
	Bioskop lama	Sinepleks 21
Model bisnis	Usaha keluarga	Bagian dari konglomerasi
Kepemilikan properti	Sendiri	Menyewa di pusat perbelanjaan
Permodalan	Kecil ke menengah	Besar
Pengembangan usaha	Stagnan	Ekspansif dengan dukungan dana besar untuk akuisisi
Pelayanan	Tak ada standar pelayanan	Standar pelayanan serupa di berbagai cabang

Sumber: Tim Rumah Film

Hal ini jelas menjadi salah satu faktor yang menyebabkan melemahnya posisi film Indonesia di bioskop-bioskop pada dekade 1990-an, hingga akhirnya jumlah film Indonesia yang diproduksi mencapai titik terendah dalam sejarah, yaitu 5 film setahun pada tahun 1998. Sekalipun krisis finansial ketika itu ikut serta ditunjuk menjadi salah satu faktor penyebab (harga bahan baku melonjak tinggi akibat meroketnya nilai tukar dolar Amerika), tetapi situasi sebelum 1998 sudah menunjukkan lemahnya posisi film Indonesia di bioskop.

Tumbuh dan berkembangnya jaringan bioskop kelompok 21 ini menandai fase baru dalam industri film di Indonesia, dimana film menjadi bagian dari kelompok konglomerasi usaha. Namun konglomerasi usaha di Indonesia, sebagaimana dijelaskan oleh banyak literatur ekonomi politik semisal penjelasan Yoshihara Kunio (1990), tidak lahir dari kapitalisme yang sejati, melainkan muncul dari kapitalisme semu.

Kapitalisme semu ini, menurut Kunio, ditandai oleh banyaknya pencari rente yang menjadi penengah dari transaksi yang sebenarnya dimilliki pihak-pihak lain demi untuk keuntungan diri mereka sendiri. Para pencari rente ini, dalam pandangan Kunio, telah menyebabkan terjadinya inefisiensi ekonomi.

Kapitalisme rente ini ditandai oleh kolusi yang terjadi antara kepentingan usaha dan patronase politik. Para pengusaha pencari rente yang menjadi karakteristik pertumbuhan ekonomi di Asia Tenggara, kerap mencari patronase politik guna memudahkan langkah-langkah mereka dalam melakukan ekspansi bisnis mereka. Dalam kasus bioskop, patronase itu datang dengan mudah melalui hubungan kekerabatan antara pemilik PT Suptan dan PT Subentra dengan penguasa Orde Baru, yaitu Presiden Soeharto.

Dalam bisnis bioskop, perkawinan antara kekuatan ekonomi dan politik telah mengakhiri berbagai model regulasi yang diusahakan oleh pemerintah. Jika pada masa sebelumnya pemerintah terus menerus mencoba berbagai jenis regulasi untuk mengendalikan peredaran film, maka sesudah kelompok 21 muncul dan berkembang dengan dukungan dari keluarga presiden Soeharto, Sudwikatmono, pemerintah pelan-pelan berkurang peran dan kewenangannya dalam melakukan regulasi terhadap distribusi dan eksebisi film. Maka industri film, yang tadinya merupakan sebuah industri yang berkonotasi barang publik (*public goods*) dan bersifat terbuka, berubah menjadi sebuah bisnis tertutup dan sepenuhnya komersial.

Peran konglomerasi di dalam bisnis bioskop tak terlepas dari model baru yang dikembangkan yaitu model sinepleks (satu gedung untuk beberapa layar) untuk menggantikan bioskop tunggal dengan konsep satu gedung satu layar. Pembangunan sinepleks ini memang dimulai oleh Sudwikatmono pada tahun 1978, ketika ia mengubah Plaza Theater di kawasan Glodok menjadi bioskop kembar, yang dikenal dengan twikarama. Konsep ini kemudian diikuti oleh Golden Theatre di Pasar Baru serta Mandala Theatre di kawasan Hayam Wuruk yang membelah-belah gedung bioskop mereka yang berkapasitas mencapai 1.000 kursi. Namun keberhasilan sinepleks ini benar-benar terasakan ketika Sudwikatmono mengubah Kartika Chandra yang berkapasitas 900 kursi menjadi empat studio dengan kapasitas masing-masing 200 kursi. Ini terjadi pada tahun 1986.

Keberhasilan ini kemudian diikuti oleh pembangunan sinepleks lainnya. Sudwikatmono kemudian membangun sebuah bioskop yang diberi nama Studio 21 di jalan Thamrin pada tahun 1987. Nama 21 ini, menurut distributor film Rahim Latif, diambil dari nomer kapling tempat lokasi bioskop tersebut, sekalipun banyak desas-desus yang mengaitkan angka 21 dengan 2 = dwi dan 1 = mono. Sukses bioskop-bioskop 21 ini membuat Sudwikatmono dengan kelompok usaha Subentranya melakukan ekspansi dengan membeli bioskop-bioskop yang sudah sekarat, maupun membangun bioskop-bioskop baru, terutama di kawasan yang dekat dengan pusat perbelanjaan. Puncak ekspansi tahap awal ini adalah pada tahun 1988 hingga 1991 dengan jumlah bioskop yang didirikan oleh kelompok ini sebanyak 14 pada tahun 1988, 23 di tahun 1989 dan 28 pada tahun 1990 dan 17 pada tahun 1991.

Pada tahun 1992, ekspansi kelompok ini menyurut karena pada tahun 1990 mereka mulai mendapatkan beberapa bioskop mereka harus tutup karena berbagai hal. Salah satu yang ditunjuk menjadi penyebab tutupnya bioskop itu adalah persaingan dengan video bajakan dan kehadiran TV swasta yang dimulai pada tahun 1989. Dari tahun ke tahun, bioskop dalam kelompok 21 juga mengalami penutupan karena sebab-sebab itu, selain karena gedung yang mereka pakai habis masa sewanya atau digunakan untuk keperluan lain. Puncak penutupan bioskop kelompok 21 adalah pada tahun 1998 ketika sebanyak 15 bioskop 21 tutup pada tahun itu saja. Tampaknya memang ada kaitan antara krisis finansial tahun 1997 dan kerusuhan tahun 1998 dengan tutupnya bioskop-bioskop tersebut.

Namun dominasi jaringan bioskop 21 tetap terjadi. Pada tahun 2002, dominasi kelompok usaha 21 telah terlihat dengan jelas. Jaringan 21 bekerjasama dengan para pemilik bioskop lain seperti Kharisma di Jawa Barat atau Sanggar di Jawa Tengah dan Yogyakarta serta perusahaan-perusahaan lainnya membuat perusahaan-perusahaan baru untuk memiliki secara bersama bioskop-bioskop 21 di kota-kota besar di Indonesia. Hal itu bisa dilihat dalam tabel berikut ini.

Tabel 35
JARINGAN BISNIS BIOSKOP 21 PADA TAHUN 2002

No	Perusahaan	Bentuk keterlibatan kelompok 21	Jabatan	Nama	Bioksop
1	PT Kartika Insani Raya	75% kepemilikan saham	Direktur Utama	Jimmy Harianto	Hollywood KC 21 Jakarta
			Direktur	Harris Lasmana dan Gobind Punjabi	
			Komisaris Utama	Suryo Suherman	
			Komisaris	Samuel Budiyanto, Raam Punjabi, Rakhee Punjabi	
2	PT Gading Adi Permai	50% kepemilikan saham	Direktur Utama	Lioe Lukman Aripin	Gading 21 Jakarta
			Direktur	Harris Lasmana	
			Komisaris Utama	Suryo Suherman	
			Komisaris	Tien Ali, C. Gunawan, Edy Suhardjo	
3	PT Sanggar Usaha Mandiri	66,67% kepemilikan saham	Direktur Utama	Sardjono Putranto	Citra 21 Semarang
			Direktur	Harris Lasmana dan Jimmy Harianto	
			Komisaris Utama	Suryo Suherman	
			Komisaris	Samuel Budiyanto, Bambang Widianto	

No	Perusahaan	Bentuk keterlibatan kelompok 21	Jabatan	Nama	Bioksop
4	PT PAN Mitra Sembada	66,67% kepemilikan saham	Direktur Utama	Alexander Tedja	Kartini 21 Lampung, Telanai 21 Jambi, Studio 21 Batam, Studio 21 Samarinda, Studio 21 Makassar, Studio 21 Manado
			Direktur	Jimmy Harianto	
			Komisaris Utama	Suryo Suherman	
			Komisaris	Harris Lasmana	
5	PT LIA Anugrah Semesta	70% kepemilikan saham	Direktur Utama	Jhonny Pondaga	Cinere 21 Bogor, Sartika 21 bogor, Depok 21 Depok, BSD 21 Serpong, Lippo Karawaci 21 Tangerang, Modern 21 Tangerang, Pamulang 21 Pamulang, Cilegon 21 Cilegon
			Direktur	Harris Lasmana dan Jimmy Harianto	
			Komisaris Utama	Suryo Suherman	
			Komisaris	Ruben Mulyadi dan Samuel Budiyanto	

No	Perusahaan	Bentuk keterlibatan kelompok 21	Jabatan	Nama	Bioksop
6	PT Perisai Permata Buana	75% kepemilikan saham	Direktur Utama	Elson	Empire 21 Medan, Thamrin 21 Medan, Gajah 21 Aceh
			Direktur	Harris Lasmana dan Jimmy Harianto	
			Komisaris Utama	Suryo Suherman	
			Komisaris	Samuel Budiyanto	
		Bagi hasil 75:25 antara pemilik gedung dengan PT Perisai Permata Buana			Plaza 21 Medan
		Bagi hasil 50:50 antara pemilik gedung dengan PT Perisai Permata Buana			Studio Perisai 1-2-3 Medan
7	PT Kharisma Maju Abadi	70% kepemilikan saham	Direktur Utama	Chand Parvez Servia	Metropolitan 21 Bekasi, Pratama 21 Bekasi, Lippo City 21 Cikarang, BSM 21 Bandung, Kiara 21 Bandung, Cimahi 21 Cimahi, Grage 21, Cirebon
			Direktur	Jimmy Harianto dan Samuel Budiyanto	
			Komisaris Utama	Suryo Suherman	
			Komisaris	Harris Lasmana dan Muhsin Nisar	
7	PT Trimanunggal Lestari Indah Raya	75% PT Kharisma Maju Abadi dan 25% PT Trimanunggal BHG Lestari			Studio Cirebon

No	Perusahaan	Bentuk keterlibatan kelompok 21	Jabatan	Nama	Bioksop
8	PT Intra Mandiri	98% kepemilikan saham	Direktur Utama	Harris Lasmana	JM 21 Surabaya, Surabaya Theatre 21 Surabaya, Galeria 21 Denpasar
		PT Inta Mandiri bekerjasama bagi hail 70:30 dengan Herry Suyanto	Direktur	Jimmy Harianto dan Samuel Budiyanto	Galaxy 21 Surabaya
		PT Intra Mandiri 70%, PT Inti Investama Abadi 20% dan Irwan Gondosepoetro 10%	Komisaris Utama	Suryo Suherman	Tunjungan 21 Surabaya
		75% PT Intra Mandiri, 25% Fajar	Komisaris	Ruben Mulyadi	Delta 21 Surabaya
		85% PT Intra Mandiri, 15% Irwan Gondosepoetro			Empire 21 Surabaya
		PT Intra Mandiri 75% dan 25% Gunawan / Loei Ie			Wisata 21 Denpasar
	PT Wedu Mitra	70% PT Intra Mandiri, 30% Herry Suyanto			Mitra 21 Surabaya
	PT Prima Mandala	50% PT Intra Mandiri dan 50% Soetiono Djojoseputero			Dieng 21 Malang, Mandala 21 Malang, Sarinah 21 Malang

Sumber: diolah dari putusan KKPU, 2002

Sesudah krisis finansial yang membuat perusahaan induk kelompok 21 harus masuk BPPN, tantangan kepada kelompok 21 datang dari lembaga swadaya masyarakat bernama Monopoly Watch yang melaporkan praktek monopoli yang dilakukan oleh kelompok 21 kepada Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU). Berdasarkan laporan ini, KPPU mengadakan pemeriksaan dan investigasi kepada kelompok 21 untuk melihat adakah laporan tersebut benar adanya.

Dari laporan kepada KPPU ini, kelompok 21 mengadakan rangkaian perubahan kepemilikan saham pada perusahaan-perusahaan mereka dengan upaya utama mengubah kepemilikan saham di berbagai perusahaan mereka. Nama-nama seperti Harris Lasmana, Suryo Suherman dan Jimmy Harianto kemudian mengundurkan diri dari posisi-posisi direktur dan komisaris di beberapa perusahaan sekalipun tetap mempertahankan kepemilikan saham di perusahaan-perusahaan utama mereka.

Dari hasil pemeriksaan dan investigasi yang dilakukan oleh KPPU ternyata laporan itu terbukti melakukan monopoli hanya untuk kasus di Surabaya dimana pemilik jaringan bioskop 21, PT Nusantara Sejahtera Raya, atas kepemilikan saham mereka atas PT Intra Mandiri dan atau PT Kedu Mitra. Sedangkan untuk hal lain, seperti perjanjian tertutup, monopoli impor film asing, monopsoni pasar film, membuat *entry barrier* bagi pemain baru tidak terbukti. Sedangkan untuk rangkap jabatan, KPPU tidak mendapat cukup bukti bahwa rangkap jabatan itu mengakibatkan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat. Pendek kata kelompok 21 tidak terbukti melakukan monopoli karena apa yang mereka lakukan masih dapat ditolerir oleh peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Dominasi jaringan bioskop ini bisa diilhat terutama sekali di bioskop kelas atas. Pada tahun 2002, dominasi itu bisa dilihat pada ketiadaan perbandingan antara keberadaan bioskop 21 dengan bioskop-bioskop lain yang sekelas dengan bioskop mereka di berbagai kota besar di Indonesia.

Hingga tahun 2006, relatif tidak ada tantangan berarti bagi kelompok 21. Ada satu dua bioskop yang mencoba peruntungan mereka seperti Swe Zhe Cinema di Makassar atau MPX Grande, milik Raam Punjabi, di Jakarta. Namun karena kalah dalam berbagai aspek dibandingkan dengan kelompok 21, mereka tak mampu tumbuh, apalagi menjadi pesaing yang berarti. Dengan segera bioskop-bioskop itu tutup.

Beberapa hal penting yang terjadi pada masa ini seiring dengan menyatunya jalur eksebisi di satu tangan adalah.

Pertama, diskresi atau kewenangan pengambilan keputusan untuk menayangkan film sepenuhnya berada di tangan kelompok 21 sebagai hasil keputusan bisnis mereka. Situasi ini awalnya diperkirakan akan menyebabkan film Indonesia tak mendapat tempat sama sekali mengingat posisi mereka sebagai importir film juga. Namun ternyata film Indonesia malahan mendapat tempat di bioskop 21, kecuali untuk film-film digital.

Hal ini jelas menghambat pertumbuhan film-film digital yang mulai bertumbuhan sejak paruh pertama tahun 2000-an. Namun mengingat bahwa peraturan perundangan-undangan, UU No.8 tahun 1992 tentang Perfilman, masih menganut pemahaman bahwa film adalah film seluloid, maka hambatan itu lebih besar ketimbang diskresi pihak 21 semata. Kini sesudah UU Film diperbaharui tahun 2009, film dengan format digital sudah mulai diputar di bioskop-bioskop 21 yang berlogo XXI.

Kedua, ketiadaan jaringan eksebitor selain kelompok 21 ini menyebabkan longgarnya kendali mutu terhadap film karena eksebitor seperti "berkewajiban" memutar film apapun yang diproduksi, sekalipun sebenarnya pasar sudah jenuh. Ketiadaan jaringan alternatif ini bahkan menyebabkan beberapa film yang punya karakter sejenis harus bersaing satu sama lain dalam waktu berdekatan yang menyebabkan penyempitan pasar dan alternatif bagi penonton.

Kejenuhan ini bisa dilihat pada apa yang terjadi di tahun 2007 ketika film Indonesia dipenuhi oleh tokoh horor seperti pocong, misalnya, 2 orang sutrdara yang cukup ternama Rudi Soedjarwo dan Hanny Saputra sama-sama membuat film horor bertema pocong. Kebetulan kedua filmnya mendapat jadwal pemutaran yang berdekatan dan kedua produser berbeda cukup percaya diri untuk melakukan promosi cukup besar terhadap kedua film itu. Maka pada pekan yang berdekatan, penonton film Indonesia disodori poster raksasa dua film pocong dari 2 sutradara yang cukup terkenal yang diharapkan oleh produser menjadi lokomotif bagi film-film mereka yang lain. Maka dengan penjadwalan yang bertabrakan seperti itu, terjadilah "saling makan" dimana kedua nilai lebih berupa nama sutradara (*marketability*) film itu jadi turun. Kejenuhan juga terjadi waktu itu karena (calon) penonton sulit membedakan kedua film ini.

Ketiga, diskresi di tangan kelompok 21 ini masih membuka peluang bagi perilaku yang tidak transparan dalam beberapa hal seperti: pelaporan jumlah penonton dan penjadwalan film, termasuk di dalamnya keputusan untuk "menurunkan" sebuah film yang sedang tayang. Dalam hal pelaporan jumlah penonton, kelompok 21 beranggapan bahwa angka itu hanya bisa dibagikan kepada pihak produser, karena produser sebagai pemilik film adalah satu-satunya pihak yang paling berhak untuk mendapatkan laporan jumlah itu. Maka jika ingin mendapatkan angka penonton, hal itu harus didapat dari pihak produser, bukan pihak 21. Maka situs www.filmindonesia.or.id melaporkan angka-angka penonton film Indonesia tiap pekan berdasarkan hubungan baik mereka dengan Persatuan Produser Film Indonesia (PPFI).

Namun dalam hal penurunan film yang sedang laris, banyak produser yang merasa bahwa film mereka masih bisa "jalan" pada saat diganti atau masih memiliki jumlah penonton lebih besar ketimbang film asing (yang diimpor oleh perusahaan kelompok 21 juga) yang sedang tayang. Dalam percakapan pribadi dengan para peneliti, para produser menyebutkan hal-hal itu dengan jelas, tetapi tak ada dari mereka yang

berani mengeluhkan secara terbuka mengenai perlakuan yang dianggap sebagai diskriminatif ini.

Keempat, pengembangan strategi eksebisi di Indonesia sepenuhnya menjadi strategi pengembangan bisnis kelompok 21. Pemerintah berlepas tangan terhadap eksebisi dan membiarkan tumbuhnya bioskop menjadi keputusan-keputusan komersial belaka. Akibatnya adalah pertumbuhan bioskop yang sangat timpang antara Jakarta dan non-Jakarta dan antara bioskop berlokasi di mal dan yang tidak di mal. Bioskop-bioskop yang tidak berlokasi di mal bertumbangan atau beralih menjadi sineplex 21. Bioskop terakhir yang sempat bertahan lama untuk tidak berubah menjadi 21 adalah Djakarta Theatre yang sempat bertahan hingga tahun 2007. Kini Djakarta Theatre sudah menjadi bioskop XXI dengan tiga layar disertai sebuah aula besar untuk pertunjukan musik.

Ketimpangan persebaran bioskop berdasarkan provinsi bisa dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 36

KEADAAN BIOSKOP DI INDONESIA TAHUN 2010

Jumlah Bioskop	Sumatera	Jawa	Nusa Tenggara	Kalimantan	Sulawesi	Maluku	Irian
0	Aceh, Bangka, Belitung		NTB		Sultra, Sulbar, Sulteng, Gorontalo	Maluku Utara	Papua, Papua Barat
1	Bengkulu		NTT	Kalbar, Kalsel, Kalteng		Maluku	
2-5	Jambi, Sumbar (2), Lampung, Sumsel, Riau, Kepri (3)	Yogyakarta (3)	Bali (2)	Kaltim (3)	Sulut (2), Sulsel (4)		
6-10	Sumut (6)	Banten, Jateng (10)					
11-29		Jatim (21), Jabar (29)					
30-50		Jakarta (48)					
Jumlah bioskop	23	121	3	6	6	1	0

Sumber: Delta Film No.4 tahun I, 31 Agustus 2010

Termasuk dalam perkembangan perbioskopan adalah memusatnya bioskop-bioskop di Jakarta. Film-film yang dibuat cenderung untuk menyasar penduduk kota Jakarta. Kecenderungan untuk menyasar penduduk Jakarta ini bahkan terasa mencapai eksploitasi yang berlebihan, terutama pada penggunaan materi-materi desas-desus di perkotaan (*urban legend*) sebagai materi cerita film horor. Dimulai dari film *Jelangkung* yang mengangkat tempat-tempat yang dianggap "angker" di Jakarta, para pembuat film kemudian meneruskannya ke berbagai urban legend lain seperti eksplorasi terhadap cerita hantu di kawasan *Pondok Indah, Jeruk Purut, Terowongan Casablanca* (yang sebetulnya relatif baru dibangun pada dekade 1990-an).

Eksplorasi ini terasa berlebihan ketika, misalnya kawasan Jeruk Purut Jakarta Selatan beberapa kali dibuat film, atau urban legend itu sebenarnya sayup-sayup saja terdengar seperti cerita hantu di kawasan Jembatan Semanggi. Yang jelas, formula cerita horor mengandalkan *urban legend* Jakarta karena penumpukan sineplex dan multipleks di kawasan Jabodetabek.

Penumpukan ini juga terjadi di mal-mal dan pusat perbelanjaan. Seperti dikutipkan di bagian awal buku ini, juru bicara kelompok 21, Noorca Massardi menyebutkan bahwa pertumbuhan bioskop 21 memang mengikuti pertumbuhan mal. Dengan memusatnya pertumbuhan mal di kota-kota besar, terutama di Jabodetabek, maka bioskop juga tumbuh di sana.

Secara sendirinya, penonton film Indonesia juga mengalami perubahan definisi yang penting. Dalam bahasa produser film Erwin Arnada, penonton film-film yang ia buat (bersama rumah produksi Rexinema) diperuntukkan bagi "*mall crawler*" atau para pengunjung mal yang bisa jadi ke sana tanpa sungguh-sungguh berniat untuk berbelanja.

Pertumbuhan mal di Jakarta tergolong istimewa. Ketika pertamakali pusat perbelanjaan selesai dibangun di Sarinah, Jakarta pada tahun 1965, luas ruang belanja di Jakarta adalah 21.000 meter persegi. Pada tahun 2005, jumlah itu sudah

mencapai 4.471.000 meter persegi atau meningat hampir 213 kali lipat[198].

Pertumbuhan biskop-bioskop di bawah 21 sendiri dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 37

PERTUMBUHAN BIOSKOP 21 DARI TAHUN KE TAHUN

Tahun	Bioskop	Kota	Lokasi	Keterangan
1986	Kartika Chandra 21	Jakarta	Kartika Chandra kompleks	Diubah menjadi Hollywood KC 21 tahun 1994 dan diubah lagi menjadi Hollywood XXI tahun 2010
1987	Odeon 21	Jakarta		Tutup tahun 1999
	Mandala 21	Jakarta		Tutup tahun 2001
	Plaza 21	Jakarta		Tutup tahun 1998
	Studio 21	Jakarta		Tutup tahun 1993
1988	Amigo 21	Jakarta		Tutup tahun 1995
	Astor 21	Jakarta		Tutup tahun 1995
	Golden 21	Jakarta		Tutup tahun 1995
	Plaza 21	Surabaya		Tutup tahun 1992
	Pamulang 21	Tangerang		Tutup
	TIM 21	Jakarta	Taman Ismail Marzuki	Menjadi TIM XXI di tahun 2010
	Wijaya 21	Jakarta	Pertokoan Grand Wijaya Center	Tutup tahun 2007
	Gading 21	Jakarta	Mal Kelapa Gading	
	Metropole 21	Jakarta	Kompleks Metropole	Diubah menjadi Megaria 21 dan kembali menjadi Metropole XXI tahun 2010
	GM 21	Jakarta	Gajah Mada Plaza	

[198]Kompas, "Kota yang Belum Jadi Kota", Senin 7 Mei 2007. Hal. 41

Tahun	Bioskop	Kota	Lokasi	Keterangan
	Delta 21	Surabaya	Plaza Surabaya	
	Mandala 21	Malang	Malang Plaza	
	Studio Perisai 21	Medan	Perisai Plaza	Tutup
	Plaza 21	Medan	Medan Plaza	
1989	Globe 21	Jakarta		Tutup tahun 1997
	Glodok Sky 21		Glodok Plaza	Tutup tahun 1998
	Slipi 21	Jakarta	Slipi Jaya Plaza	Tutup tahun 1998
	Nusantara 21	Jakarta		Tutup tahun 1998
	Arta 21	Bandung		Tutup tahun 1998
	Atrium 21	Solo		Tutup tahun 1998
	Studio 21	Semarang		Tutup tahun 2001
	Odeon 21	Surabaya		Tutup
	Golden 21	Surabaya		Tutup tahun 1997
	Pasuruan 21	Pasuruan		Tutup tahun 2001
	Jombang 21	Jombang		Tutup tahun 1993
	Dinoyo 21	Malang		Tutup tahun 2000
	Sukun 21	Malang		Tutup tahun 1996
	Sumatera 21	Jambi		Tutup tahun 1999
	Studio 21	Pontianak		Tutup tahun 2001
	Kapuas 21	Pontianak		Tutup tahun 1995
	Benteng 21	Medan		Tutup tahun 1998
	BIP 21	Bandung	Bandung Indah Plaza	Sekarang bernama Empire
	Studio 21	Bandung		
	Mitra 21	Surabaya		
	Surabaya 21	Surabaya		
	Studio 21	Makassar		
	Thamrin 21	Medan	Thamrin Plaza	
1990	Columbia 21	Jakarta		Tutup tahun 1997
	Jayakarta 21	Jakarta		Tutup tahun 1996
	Inter 21	Jakarta		Tutup tahun 1998
	Prima 21	Jakarta		Tutup tahun 1999
	Paradise 21	Jakarta		Tutup tahun 1997
	Ratu 21	Jakarta	Ratu Plaza	Tutup tahun 1992

Tahun	Bioskop	Kota	Lokasi	Keterangan
	Kopo 21	Bandung		Tutup tahun 2001
	Empire 21	Yogyakarta		Tutup tahun 2000
	Johar 21	Jember		Tutup tahun 2001
	Mega 21	Jambi		Tutup tahun 1999
	Duta 21	Jambi		Tutup tahun 1999
	Odeon 21	Lampung		Tutup tahun 1992
	Studio 21	Banjarmasin		Tutup tahun 1998
	Dynasti 21	Pontianak		Tutup tahun 1999
	Pelita 21	Pontianak		Tutup tahun 1994
	Aksara 21	Medan		Tutup tahun 2000
	Majestic 21	Medan		Tutup tahun 1994
	Istana 21	Medan		Tutup tahun 1995
	Studio 21	Binjai		Tutup tahun 1996
	Studio 21	Tebing Tinggi		Tutup tahun 1999
	Studio 21	Rantau Prapat		Tutup tahun 1994
	Studio 21	Tanjung Balai		Tutup tahun 1994
	Blok M 21	Jakarta	Blok M Plaza	
	Krekot 21	Jakarta		
	Sartika 21	Bogor		
	Wisata 21	Denpasar		
	Studio 21	Batam		
	Empire 21	Medan		
1991	Ciputat 21	Tangerang		Tutup tahun 1998
	Central 21	Jakarta		Tutup tahun 1998
	Odeon 21	Sukabumi		Tutup tahun 1997
	Studio 21	Lampung		Tutup tahun 2001
	Horas 21	Medan		Tutup tahun 1996
	Mitra 21	Medan		Tutup tahun 1996
	Odeon 21	Medan		Tutup tahun 1996
	Studio 21	Pematang Siantar		
	Kalibata 21	Jakarta	Kalibata Mall	
	Pondok Indah 21	Jakarta	Pondok Indah Mall	
	Studio 21	Cirebon		
	Kiara 21	Bandung		

Tahun	Bioskop	Kota	Lokasi	Keterangan
	Telanai 21	Jambi		
	International 21	Palembang		
	Plaza 21	Palembang		
	Kartini 21	Lampung		
	Gajah 21	Banda Aceh		Tutup
1992	Legian 21	Denpasar		Tutup tahun 1998
	Plaza 21	Batam		Tutup tahun 1999
	PAS 21	Banda Aceh		Tutup tahun 1998
	Atrium 21	Jakarta		
	Pratama 21	Bekasi		
	Sarinah 21	Malang	Sarinah Departmen Store	
1993	Cipulir 21	Jakarta	Pasar Cipulir	Tutup tahun 1996
	ITC 21	Jakarta		Tutup tahun 1997
	Kalimalang 21	Bekasi		Tutup tahun 1997
	Pondok Gede 21	Bekasi	Pondok Gede Mall	Tutup tahun 1999
	Mojo 21	Mojokerto		Tutup tahun 2001
	Guntur 21	Probolinggo		Tutup tahun 1996
	Bintaro 21	Tangerang	Bintaro Plaza	
	BSD 21	Tangerang		
	Citra 21	Jakarta	Ciputra Mall	
	Cinere 21	Jakarta	Cinere Mall	
	Metropolitan 21	Bekasi	Metropolitan Mall	
	Citra 21	Semarang	Ciputra Mall	
1994	Metro 21	Jakarta		Tutup tahun 1997
	Studio 21	Tanjung Pinang		Tutup tahun 2000
	Hollywood KC 21	Jakarta		
	Sunter 21	Jakarta		
	Empire 21	Jakarta		
1995	Studio 21	Ambon		Tutup tahun 2000
	Lippo City 21	Cikarang		

Tahun	Bioskop	Kota	Lokasi	Keterangan
	Lippo Karawaci 21	Tangerang		
	Roxy Mas 21	Jakarta	Roxy Mas	
	JM 21	Surabaya		
	Dieng 21	Malang		
	Studio 21	Manado		
1996	Anggrek 21	Jakarta	Mal Taman Anggrek	Sekarang Anggrek XXI sejak 2010
	Mega 21	Jakarta		
	Depok 21	Jakarta	Depok Mall	
	Cimahi 21	Bandung		
	Tunjungan 21	Surabaya	Tunjungan Plaza	
	Galaxy 21	Surabaya		
	Senayan 21	Jakarta	Plaza Senayan	
1997	Daan Mogot 21	Jakarta		Tutup tahun 1998
	M2M 21	Jakarta		Tutup tahun 2001
	Arion 21	Jakarta	Arion Plaza	
	Cilegon 21	Cilegon		
	Puri 21	Jakarta	Puri Indah Mall	
	Grage 21	Cirebon	Grage Mall	
1998	Cijantung 21	Jakarta	Graha Cijantung	
2001	BSM 21	Bandung		
2002	Galeria 21	Bali	Galeria Plaza	
	Studio 21	Samarinda	Mal Lembuswana	
2004	Semanggi 21	Jakarta	Plaza Semanggi	19 Maret 2004
	Setiabudi 21	Jakarta	Setiabudi Building	1 September 2004
	WTC Serpong 21	Tangerang	WTC Matahari Serpong	10 September 2004
	Metropolis	Tangerang	Pusat Pertokoan Metropolis	30 Desember 2004

Tahun	Bioskop	Kota	Lokasi	Keterangan
2005	Gading XXI	Jakarta	Mall Kelapa Gading	2 Februari 2005
	Grand 21	Solo	Grand Mall	15 April 2005
	Pondok Indah XXI	Jakarta	Pondok Indah Mall 2	12 Agustus 2005
	Riau 21	Pekanbaru		26 Agustus 2005
	Matos 21	Malang	Malang Town Square	28 Oktober 2005
	The Premiere Pondok Indah XXI	Jakarta	Mal Pondok Indah 2	26 November 2005
2006	Cibubur 21	Jakarta	Cibubur Junction	24 Maret 2006
	Detos 21	Depok	Depok Town Square	7 April 2006
	Studio 21	Yogyakarta	Ambarukmo Plaza	28 April 2006
	Palladium 21	Medan	Grand Palladium	12 Mei 2006
	La Piazza 21	Jakarta	Centra Kelapa Gading	9 Juni 2006
	Palembang Indah Mall 21	Palembang	Palembang Indah Mall	30 Juni 2006
	Studio Yogyakarta	Yogyakarta		30 Juni 2006 - Pembukaan kembali / renovasi
	Senayan City XXI	Jakarta	Senayan City	28 Juli 2006
	Artha Gading 21	Jakarta	Mal Artha gading	11 Agustus 2006
	Tamini	Jakarta	Taman Mini Square	15 September 2006
	Royal 21	Surabaya	Royal Plaza	7 Oktober 2006
	Ciwalk XXI	Bandung	Cihampelas Walk	13 Oktober 2006, direnovasi dan ditambah Ciwalk Premiere pada tahun 2010

Tahun	Bioskop	Kota	Lokasi	Keterangan
	Djakarta Theater XXI	Jakarta	JL. MH Thamrin	20 Oktober 2006. Pembukaan. Renovasi dari bentuk lama, *stand alone theater* menjadi sineplex
2007	Studio 21	Banjarmasin	Duta Mall	9 Februari 2007
	Studio 21	Batam	Nagoya Mall	16 Februari 2007
	Margo Platinum	Depok	Margo City	30 Maret 2007
	BTM 21	Bogor	Bogor Trade Mall	13 April 2007
	Wijaya 21	Jakarta	Grand Wijaya	8 Tutup Mei 2007
	Premiere Plaza Senayan XXI	Jakarta	Plaza Senayan	23 Mei 2007
	Serpong XXI	Tangerang	Summarecon Mal	28 Juni 2007
	Pondok Gede 21	Bekasi	Plaza Pondok Gede	31 Agustus 2007
	Mega Bekasi XXI	Bekasi	Giant Hypermarket	4 Oktober 2007
	Jatos 21	Jatinangor	Jatinangor Town Square	5 Oktober 2007
	Bellanova 21	Sentul	Bellanova Country Mall	7 Desember 2007
2008	Ekalokasari 21	Bogor	Eka Lokasari Plaza	15 Februari 2008
	Mega XXI	Batam	Mega Mall Batam	30 Mei 2008
	MTOS 21	Makassar	Makassar Town Square	6 Juni 2008
	Cito 21	Surabaya	City of Tomorrow, Mall	12 Juni 2008
	Studio 21	Ambon	Ambon Plaza	20 Juni 2008
	Platinum XXI	Jakarta	Gedung FX	1 Juli 2008
	WTC 21	Jambi	Willtop Trade Center	3 Juli 2008

Tahun	Bioskop	Kota	Lokasi	Keterangan
	Binjai 21	Binjai	Binjai Supermal	25 Juli 2008
	Botani XXI	Bogor	Botani Square	4 September 2008
	BTC 21	Bandung	Bandung Trade Center	26 September 2008
	Studio XXI	Balikpapan	Pasar Baru Square	22 Desember 2008
2009	Emporium Pluit XXI	Jakarta	Mal Emporium Pluit	9 Januari 2009
	Central 21	Lampung	Central Plaza	24 Februari 2009
	Studio XXI	Jakarta	Plaza Indonesia	26 Februari 2009
	Pejaten Village XXI	Jakarta	Pejaten Village	6 Maret 2009
	Blok M Square 21	Jakarta	Blok M Square	11 Maret 2009
	Empire XXI	Yogyakarta	Jl. Urip Sumohardjo	13 Maret 2009
	Pluit Village XXI	Jakarta	Mega Mall Pluit	8 April 2009
	Ciwalk XXI	Bandung	Cihampelas Walk	24 April 2009
	Ciwalk Premiere	Bandung	Cihampelas Walk	24 April 2009
	Premiere Puri	Jakarta	Puri Indah Mal	29 April 2009
	Thamrin 21	Medan	Thamrin Plaza	20 Mei 2009
	BCS 21	Batam	Batam City Square	10 Juni 2009
	BSD XXI	Tangerang	BSD Plaza	16 Juli 2009
	Palma 21	Palangkaraya	Palangkaraya Mal	4 September 2009
	Grand Mal Bekasi 21	Bekasi	Grand Mal Bekasi	9 September 2009
	CBD Ciledug XXI	Tangerang	CBD Ciledug	17 September 2009
	Seasons City XXI	Jakarta	Seasons City	19 Desember 2009
2010	Tasik 21	Tasikmalaya		5 Februari 2010

Tahun	Bioskop	Kota	Lokasi	Keterangan
	E-WALK XXI	Balikpapan	Balikpapan Superblok	1 April 2010
	Pondok Indah XXI	Jakarta	Pondok Indah Mal 1	10 April 2010 - buka kembali setelah renovasi dari Pondok Indah 21
	Citra XXI	Jakarta	Citraland Center	4 Agustus 2010 - buka kembali sesudah renovasi dari Citra 21
	Gandaria XXI	Jakarta	Gandaria City	5 Agustus 2010
	Lenmarc XXI	Surabaya	Lenmarc Mall	8 Desember 2010
	Epicentrum XXI	Jakarta	Epicntrum Walk	
2011	Living World XXI	Tangerang	Living World	18 Februari 2011
	Pakuwon City XXI	Surabaya	Pakuwon City	4 Maret 2011

Sumber: Diolah oleh Tim Rumah Film dari Putusan KPPU dan www.21cineplex.com

Pesaing Bagi Kelompok 21 (2006-2011)

Dominasi kelompok 21 mendapat tantangan terbesar pada tahun 2006 ketika muncul sebuah kelompok usaha baru di bawah nama Blitz Megaplex. Blitz Megaplex benar-benar merupakan tantangan bagi kelompok 21 karena modal yang kuat di belakang mereka. Blitz pertamakali dibuka di kota Bandung, dan tak lama di Jakarta. Tantangan ini demikian besar sehingga membuat kelompok 21 melakukan gebarakan besar seperti menurunkan harga tiket mereka serta merenovasi gedung pertunjukan mereka agar tampil lebih mewah.

Kemewahan memang menjadi sebuah soal apabila kita memasuki mepalex Blitz. Di Jakarta, Blitz terletak di jantung kota, di Grand Indonesia, lokasi yang pernah menjadi Hotel Wisata di belakang Hotel Indonesia. Dalam satu megaplex terdapat 11 ruang menonton (mereka menyebutnya auditorium, sementara kelompok 21 menyebutnya studio).

> Ruang tunggu Blitz didesain sedemikian rupa menawarkan gaya hidup dan kekontemporeran. Selain bangku-bangku yang nyaman dan didesain yang gaya ultra modern, Blitz dilengkapi dengan kafe yang nyaman dan megah. Di sebuah sudut terdapat unit-unit komputer tempat para pengunjung bisa men-download lagu sembari menunggu. Kemegahan Blitz ini membuat sinepleks jaringan 21 segera ketinggalan jaman. (Sasono, 2007)

Kemewahan bioskop jaringan Blitz segera membuat kelompok 21 merenovasi sebagian bioskopnya dan makin memperbanyak bioskop kelas atas mereka yang ditandai oleh nama XXI yang dimulai pada tahun 2005. Bioskop-bioskop dengan logo XXI tampil lebih mewah di mal-mal utama Jakarta seperti Plaza Senayan, Pondok Indah. Kelompok 21 juga membangun beberapa bioskop di mal-mal utama yang baru buka seperti FX, Senayan City dan sebagainya. Tampilan interior biru-merah dan bintang-bintang yang menjadi ciri khas bioskop 21 segera digantik oleh nuansa warna kuning dan coklat kayu untuk bioskop XXI. Baju para penyobek karcis yang berbaju batik merah di 21 segera berganti dengan warna hitam yang dimaksudkan untuk tampil lebih elegan. Secara umum, XXI mencoba mengejar kemewahan yang menjadi tampilan bioskop-bioskop Blitz.

Terlebih lagi, Kelompok 21 juga memperbanyak bioskop-bioskop Premiere, yang dirancang dengan bangku istimewa berukuran besar dan kenyamanan sangat tinggi. Dalam bioskop berjenis Premiere ini, harga tiket bisa mencapai 2 kali lipat harga tiket XXI, dan dilengkapi layanan pengantaran pesanan makanan ke dalam bioskop sebelum film dimulai.

Tabel 38

BIOSKOP BLITZ MEGAPLEX

No	Lokasi	Kota	Layar	Bangku	Pembukaan
1	Paris Van Java	Bandung	9	2200	16 Oktober 2006
2	Grand Indonesia	Jakarta	11	2997	1 Maret 2007
3	Pacific Place	Jakarta	8	1200	21 November 2007
4	Mall of Indonesia	Jakarta	10	1768	4 Juli 2008
5	Teraskota Mall	Serpong	9	1800	17 Juli 2009
6	Central Park	Jakarta	10	1906	22 April 2010
7	Bekasi Cyber Park	Bekasi	9	1889	3 Juni 2011
	Total		66	13760	

Sumber: http://blitzmegaplex.com/en/about_blitz.php

Kelompok 21 sudah memulai pendirian bioskop berlogo XXI dan Premiere pada tahun 2005 dengan mendirikannya di pemekaran Mal Kelapa Gading, Jakarta Utara, serta di pemekaran Mal Pondok Indah (yang disebut Mal Pondok Indah 2) di Jakarta Selatan. Namun pendirian dan pemugaran bioskop-bioskop jaringan 21 menjadi berlogo XXI dan Premiere paling banyak dilakukan pada tahun 2009, ketika tampak bahwa Blitz serius dengan ekspansi mereka dan terus menambah bioskop-bioskop baru.

Tabel 39

PENDIRIAN BIOSKOP XXI OLEH KELOMPOK 21

Tahun	Jumlah
2005	3
2006	5
2007	1
2008	4
2009	11
2010	6
2011	2

Sumber: Diolah dari www.21cineplex.com

Namun di luar persaingan antara kelompok 21 dengan Blitz, sesungguhnya masih ada hal yang tetap yaitu mal sebagai pusat pendirian bioskop. Blitz, yang didukung oleh kelompok Djarum yang merupakan salah satu konglomerat terkuat Indonesia pasca Soeharto, mengincar apa yang menjadi kue yang selama ini dimiliki sendirian oleh Kelompok 21. Maka untuk menyaingi kelompok 21, Blitz membuat bioskop dengan karakteristik yang dianggap mengungguli 21. Seperti yang tercatat dalam sebuah artikel di tahun 2007:

> “[…] Maka dengan kehadiran Blitz, persaingan hanya terjadi di kota besar dengan sasaran pengunjung yang sama. Semakin tegaslah bahwa menonton film tak lagi menjadi kegiatan keluarga di akhir pekan seperti pada dekade 1970-80an, tetapi sudah berubah menjadi kegiatan orang berusia 15-35 tahun di kta besar, yang datang bersama dengan teman, pacar atau rekan kerja.
>
> Kedua, menonton film semakin terintegrasi dengan kegiatan waktu luang lainnya. Saat ini sulit membayangkan orang menonton bioskop semata-mata sebagai kegiatan menonton bioskop. Dominasi keberadaan gedung pertunjukan film di mal sudah tak lagi tertandingi dan semakin terkukuhkan. Menonton film menjadi bagian dari gaya hidup kelas menengah muda perkotaan di kota-kota besar terutama Jakarta. Wendy Suweno, Direktur Pemasaran Blitz Megaplex menyatakan bahwa semua bioskop Blitz akan ditempelkan ke mal, karena sasaran Blitz memang para mahasiswa dan para first *job-ers* yang mementingkan suasana sebuah tempat yang enak untuk nongkrong (Sasono, 2007)

Dengan gambaran seperti ini, muncul dan berkembangnya jaringan bioskop Blitz memang memberi ruang lebih banyak bagi penoton yang sudah ada di perkotaan. Namun secara keseluruhan, hal itu tidak membuat perubahan mendasar terhadap subsektor eksebisi di Indonesia. Subsektor ini masih diperuntukkan bagi para penonton kelas menengah di kota-kota besar. Padahal masih ada potensi lain bagi distribusi dan eksebisi di Indonesia.

Potensi Lain Distribusi dan Eksebisi

Di luar industri distribusi arus utama yang telah kita bahas panjang lebar, sesungguhnya Indonesia memiliki potensi lahan garapan pasar yang masih terbuka lebar. Telah disinggung sebelumnya, bahwa selama Fase Status Quo, film Indonesia sempat menggantungkan hidupnya kepada medium VCD di paruh pertama 1990-an.[199] Digabungkan dengan kenyataan bahwa sebagian besar masyarakat Indonesia tidak memiliki akses ke bioskop, saat itu bentuk distribusi-eksebisi itulah yang tampaknya masih memiliki peluang garap yang besar.

Dua fenomena daerah yang bisa menggambarkan ini adalah populernya film-film lokal, yaitu serial film *Eumpang Breuh* di Aceh dan *Ono Sitefuyu* di Nias. Dua daerah ini tidak memiliki bioskop. Nias adalah bagian dari Propinsi Sumatera Utara yang bioskopnya terpusat di Medan, dan bioskop terakhir di Aceh tutup sejak bencana tsunami Desember 2004. Setiap daerah rata-rata memiliki industri audio-visualnya sendiri, namun biasanya sebatas pembuatan video klip lagu-lagu pop daerah. Berkembangnya industri ini ke wilayah produk naratif (film) mencerminkan kebutuhan dan aspirasi masyarakatnya, sekaligus tindak nyatanya, terlepas dari gonjang-ganjing yang menerpa industri film arus utama.

Seperti halnya Nollywood yang telah dibahas dalam Bab Pertama, kelokalan adalah kekuatan utama film-film ini. *Eumpang Breuh* adalah drama komedi yang digagas oleh grup lawak setempat Aceh, Tuha Ban Lahee, beredar dalam bentuk VCD, dan kerap dinikmati secara kolektif di warung-warung kopi yang telah terkenal sebagai pusat sosialisasi masyarakat Aceh. Sementara itu, *Ono Sitefuyu* adalah drama *coming of age* yang bernuansa tragedi. Keduanya telah beredar dalam banyak seri. *Eumpang Breuh* telah beredar 9 episode, berdurasi sekitar satu jam per episode, dan *Ono Sitefuyu* telah beredar sebanyak 11 episode.

[199]Lihat J.B. Kristanto, *Sepuluh Tahun Terakhir Perfilman Indonesia*, Kompas, 2 Juli 2005

Sekilas, moda produksi dan pola penceritaan yang episodik lebih mirip dengan pola serial televisi, namun moda distribusinya menegaskan bahwa ini adalah produk film yang memang berbasis pada masyarakatnya. Tanpa mengandalkan dukungan sponsor, jaringan televisi dan frekuensi publik (karena memang tidak ada televisi yang menayangkan serial-serial ini), *Eumpang Breuh* dan *Ono Sitefuyu* beredar dengan pola distribusi yang bebas dengan agen penjualan dan transaksi yang terbuka. Meskipun infrastrukturnya minim, pola distribusi ini justru lebih bisa mencerminkan struktur pasar yang terbuka baik bagi pelakunya dan juga bagi publik. Penjualan *Eumpang Breuh* terus meningkat sejak episode pertama yang laku 25 ribu kopi, dan bertahan di angka puluhan ribu kopi per episode baru yang beredar.[200]

Sementara itu, hingga Juli 2011, *Ono Sitefuyu* telah terjual hingga 220.000 kopi hanya di Pulau Nias saja.[201]

Suksesnya *Eumpang Breuh* dan *Ono Sitefuyu* mencerminkan kekuatan komunitas dan akar yang kuat dalam pembuatan karya film. Patut diakui, bahwa faktor terisolasinya komunitas ini dari ekspos produk budaya pop global (dalam hal ini: Hollywood) semestinya cukup berperan dalam membangun minat masyarakat. Jika masyarakat kedua daerah itu sejak awal terekspos kepada Hollywood, apakah film-film daerah ini akan sesukses sekarang? Sulit diketahui jawabannya.

Di sini patut kita bercermin kepada model industri film di India, yang seperti dituturkan oleh Rahim Latief, memiliki ketahanan budaya yang sangat kuat. Betapa serbuan Hollywood hingga ke jantung terdalam pun, mulai dari distribusi langsung dan produksi Hollywood rasa India, tidak mampu menembus masyarakat penonton di India.[202] Meminjam istilah Umar Kayam, film akan memiliki ketahanan yang kuat jika mendapatkan posisi

[200]Situs portal berita online, Aceh Feature.org, *Eumpang Breuh*, 8 April 2008. Tautan: http://www.acehfeature.org/index.php/site/detailartikel/586/Eumpang-Breuh/
[201] Kompas Online, *Film Berbahasa Daerah Diminati*, 4 Juli 2011, dan Harian Batak Pos, Masyarakat Batak di Jambi Sulit Dapatkan Film VCD "Anak Sasada", 14 Juli 2011
[202]Wawancara Rahim Latief, 2011

yang enak secara ekonomi dan budaya. Pada taraf lokal, di kasus Aceh dan Nias ini, tampaknya ketahanan itu sudah terbukti. Bagaimana di taraf nasional? Kali ini, kelokalan memang bisa jadi berbalik menjadi penghambat. Seperti diakui Pontyanus Gea yang memproduseri *Ono Sitefuyu*, film keduanya, A*nak Sasada* yang berbahasa Batak dan diproyeksikan untuk beredar lebih luas, menemui kendala di gerai penjualan karena toko-toko itu merasa bahwa filmnya "terlalu lokal". Kekhawatirannya, tidak menjangkau penonton dari etnis/komunitas lain.[203] Tentu ini tantangan yang masih harus dicarikan lagi formula pemecahannya. Karena bukankah film-film Nollywood di Nigeria beredar pada kondisi yang kurang lebih sama, yaitu dibuat dengan kelokalan dan bahasa daerah tertentu, dan berpotensi hanya memenuhi kebutuhan masyarakat tertentu saja?

Di sisi lain, masih tampak ada harapan akan ketahanan budaya itu pada taraf nasional. Tabel 1 tentang Pangsa Pasar Film Indonesia dari laporan Pengurus PPFI Masa Bakti 2004-2007 menunjukkan bahwa bahkan dengan jumlah judul yang minoritas di hadapan laju film impor, film nasional telah merebut pangsa pasar yang cukup signifikan.

Terisolasinya masyarakat pedalaman Nigeria, maupun Aceh, Nias dan banyak daerah lain Indonesia dewasa ini dari Hollywood adalah sebentuk proteksi budaya tersendiri. Sebuah proteksi pasar yang tidak akan menimbulkan protes dari pelaku pasar raksasa semacam MPA, karena infrastrukturnya memang tidak ada. Namun di balik itu pula terjadi proses pembentukan pondasi ketahanan budaya yang kuat, yang berpotensi menjadikan publik film di Indonesia bisa setangguh yang di India. Ironisnya, justru lahan akar rumput yang kuat ini hingga kini belum menjadi garapan serius para pelaku industri film Indonesia arus utama.

[203]Umar Kayam, *Film Indonesia Menjadi Tuan Rumah di Negeri Sendiri*, dalam antologi *Seni dalam Masyarakat Indonesia*, Gramedia, 1983

BAB VI

Kesimpulan dan Saran

Dengan melihat berbagai persoalan yang melingkupi industri film Indonesia, beberapa hal penting bisa dicatat sebagai kesimpulan dan saran.

Sumber daya manusia

Dalam hal sumber daya manusia, keberadaan sekolah film yang didirikan oleh negara ternyata tidak sepenuhnya memenuhi kebutuhan industri. Sekalipun lulusan-lulusan Institut Kesenian Jakarta (IKJ) mendominasi industri film dalam hal jumlah dan kualitas (jika diukur dari penghargaan yang didapat), tampak bahwa kebutuhan industri selalu lebih tinggi. Banyak pekerja film yang memenuhinya sendiri melalui kegiatan-kegiatan workshop dan magang yang terkadang lebih efektif untuk kebutuhan mereka sendiri.

Pertumbuhan pembuat film, terutama sutradara, selama ini telah terjadi secara alamiah dan hal inilah yang telah menghidupkan industri film Indonesia saat ini. Banyak para pekerja film yang belajar sendiri (otodidak) dan mampu meraih penghargaan di dalam dan luar negeri. Pertumbuhan alamiah ini seharusnya dipelihara oleh pemerintah, dan tidak dipersempit melalui ketentuan sertifikasi kompetensi (Pasal 73 dan 74 UU No.33 tahun 2009 tentang Perfilman) yang berpeluang untuk menyebabkan terjadinya *entry barrier* bagi para pekerja film seperti yang terjadi di masa lalu.

Salah satu kesempatan yang penting dalam pengembangan sumber daya manusia adalah diakuinya kegiatan dalam bidang

perfilman di Indonesia. Kegiatan perfilman, sebagai sebuah kegiatan yang sepenuhnya non-komersial, bisa menjadi sebuah pintu masuk bagi pengembangan perfilman di berbagai lini, mulai dari produksi, distribusi, pemutaran, apresiasi hingga pengarsipan. Hal yang penting dari kegiatan film ini adalah kewajiban bagi pemerintah daerah untuk mendukungnya yang memungkinkan bagi pengembangan perfilman yang lebih serius.

Pendanaan

Bagi bisnis film yang memiliki resiko tinggi, keadaan ini menyebabkan meningkatnya resiko karena ketiadaan posisi tawar mereka di hadapan distributor-eksebitor. Para produser harus menanggung resiko-resiko yang seharusnya dibagikan kepada distributor seperti marketing dan promosi. Biaya pemasangan iklan di surat kabar, misalnya dibebankan kepada produser. Demikian pula dengan hal lain semisal pencetakan poster, *marquee* dan berbagai materi promosi lain.

Tak heran apabila salah satu kesibukan utama produser di Indonesia saat ini adalah mencari dana untuk kepentingan promosi. Pemecahan yang paling sering muncul adalah *cross-promotion* atau promosi silang, dimana produser film menggunakan mesin promosi milik produk tertentu (biasanya produk retail yang punya pasar luas seperti rokok atau operator telepon atau berbagai barang kebutuhan pokok) dengan imbalan berupa penampilan iklan atau produk dalam film. Hal ini merupakan model bisnis yang lazim terjadi di seluruh dunia. Namun pada beberapa kasus, promosi silang ini terjadi dengan buruk dan mengganggu kelancaran bercerita.

Para produser kemudian berkreasi dengan mengikuti tiga pola yang membuat mereka bisa memperkecil resiko. Ketiga pola itu adalah:

- Mencari untung cepat lewat produk-produk formulaik yang mudah dikenali dan punya pangsa pasar yang tetap. Dalam

hal ini, film horor adalah pelarian yang aman dalam model ini. Film horor bisa diproduksi dalam waktu cepat, berbiaya murah dan mengembalikan keuntungan dengan cepat. Maka kualitas dikorbankan dan membuat produk semakin turun dan berakibat pada hilangnya kredibilitas film Indonesia di mata sebagian penonton. Kecenderungan untuk menggunakan sensasi berupa bintang film porno asing memperburuk keadaan karena tidak menggairahkan penonton, melainkan menimbulkan kontroversi dan berakibat merosotonya kredibilitas film di mata para pemangku kepentingan yang tak langsung berhubungan dengan film. Dengan situasi LSF yang juga kehilangan kredibiltas, harus ada perubahan dalam pola peredaran film semacam ini, misalnya dengan membuat klasifikasi film dan membatasi dengan ketat bioskop serta waktu tayang film seperti ini. Langkah ini dalam jangka panjang mampu menghentikan pola pemasaran yang mencari sensasi seperti ini.

- Sumber dana yang aman menjadi sasaran utama para produser mengingat resiko yang besar dalam produksi. Sumber dana lembaga *endowment* menjadi sasaran bagi pembuat film yang mencoba mencari model pasar yang berbeda. Seandainya pemerintah mengadakan penyediaan dana seperti ini, diharapkan akan mampu meminimalisir resiko bagi para pelaku perfilman yang ingin mencoba hal-hal yang baru. Namun intervensi dalam pendanaan – belajar dari masa lalu – selalu harus diiringi dengan akuntabilitas yang tinggi dimana proses dilakukan secara terbuka dan dapat dipertanggungjawabkan setiap tahapannya. Pertimbangan yang diutamakan juga pada saat ini adalah film-film yang mampu membuka pasar, ketimbang film-film yang mendahulukan simbol-simbol.

- Mencari *captive market* dengan memproduksi perluasan lini produk yang sudah ada berupa kelompok musik populer, buku laris dan sebagainya. Hal ini mudah dipahami dan sedang menjadi sebuah pola produksi yang umum di seluruh dunia. Yang terpenting dari pola seperti ini adalah

penggarapan yang memang memadai bagi *captive market* yang dikehendaki.

Distribution-Exhibition Complex

Dalam subsektor distribusi-eksebisi terjadi ketimpangan struktur pasar pada subsektor yang menyebabkan pola bisnis film di Indonesia bergantung terlalu banyak kepada pelaku di subsektor tersebut. Seperti diperlihatkan pada pembahasan tentang keduanya, terjadi konsolidasi pelaku bisnis perfilman pada kedua subsektor yang menyebabkan beberapa hal pada masing-masing subsektor.

Kesempatan produser untuk melakukan inovasi produk menjadi terbatas karena ketersediaan bioskop di kota-kota besar saja, dengan penumpukan di Jabotabek. Pasar sangat terbatas dan inovasi hanya mungkin dilakukan dalam wilayah pasar yang terbatas itu saja. Misalnya, film-film berbahasa daerah sulit dibuat, dan jika ada ditujukan untuk penonton di Jakarta dan kota besar, terutama di Pulau Jawa.

Beberapa produser akhirnya menjadikan festival sebagai "pasar" sendiri dengan logika finansial yang berbeda dengan pasar konvensional. Pada model seperti ini ternyata inovasi juga hanya bisa dilakukan secara terbatas karena pasar bernama festival memiliki logika produksinya sendiri yang ikut mendorong muatan yang sedianya diproduksi oleh pembuat film.

Tidak optimalnya pendapatan pelaku usaha perfilman karena ketimpangan bioskop antara kota besar vs. kota kecil serta antara bioskop yang berlokasi di mal vs. bioskop yang tidak berlokasi di mal. Sejak lama diketahui bahwa film Indonesia lebih sering beredar di bioskop-bioskop kecil yang tidak terlalu mewah, bioskop yang pada masa lalu dikategorikan bioskop kelas B, C dan D. Dengan ketiadaan bioskop-bioskop ini di berbagai kota di Indonesia atau bermatiannya bioskop-bioskop kelas B, C dan D di kota-kota pendukung, maka film Indonesia

tidak menemukan pasarnya. Potensi industri jadi tidak mewujud secara optimal.

Restrukturisasi bagi pasar yang timpang ini diperlukan mengingat adanya potensi yang hilang. Masalahnya tidak semata pada investasi bioskop yang dilakukan oleh pemerintah melainkan memisahkan jalur impor dengan eksebitor dari satu tangan seperti yang terjadi selama ini. Selama impor film dan eksebisi masih berada di satu tangan, sulit bagi pemain baru untuk tumbuh dan berkembang menjadi alternatif eksebitor yang mampu ikut mengembangkan industri. Maka kisruh dalam soal pajak film impor seharusnya bisa menjadi semacam *entry point* atau jalan masuk bagi perubahan struktur ini.

Di luar persoalan pajak ini, hal terpenting adalah restrukturisasi bioskop guna mengubah pola pemusatan pasar di satu tangan dan penentuan selera berdasarkan keputusan segelintir orang. Bukan hanya pada selera, keputusan-keputusan perkembangan perfilman Indonesia juga jadi bergantung pada keputusan bisnis sebuah korporasi yang semata didasari oleh pencarian keuntungan. Pada saat inilah kepentingan publik menjadi hilang dan masyarakat sepenuhnya berubah menjadi konsumen yang hanya dihitung berdasarkan transaksi ekonomi.

Untuk mengembalikannya, pemerintah harus melakukan intervensi berupa pendirian model-model bisnis alternatif dalam subsektor eksebisi sekaligus juga mengoptimalkan “kegiatan perfilman” untuk mendirikan model-model eksebisi alternatif.

Insentif terhadap pendirian bioskop perlu dilakukan terutama bioskop alternatif dan skala kecil, agar lebih mencerminkan daya serap pasar. Perlu dicari kemungkinan model pengembangan industri yang tidak mengandalkan pada film-film Amerika untuk menjadi ”lokomotif” industri hiburan. Besaran bioskop harus diperkecil dan jangakauan harus diperluas. Mau tak mau, pembajakan harus dibrantas karena memperlemah daya saing film-film di bioskop. Perlu ada integrasi dengan pasar non-theatrical seperti TV, video hingga ke media ”baru” seperti

internet, media luar ruang dan berbagai produk budaya visual lain.

UU No.33 tahun 2009 tentang Perfilman sebagai sebuah usaha untuk mengurangi dominasi kelompok 21. Beberapa kebijakan dalam UU Film yang mungkin bisa mendorong perubahan adalah:

1 Sikap anti monopoli dan menghalangi terjadinya ketimpangan pasar berupa ketentuan-ketentuan yang mengatur agar tak terjadi integrasi vertikal. Pola hubungan antara produser-distributor-eksebitor juga diharapkan terjadi secara berimbang dengan kontrak-kontrak tertulis guna menghindari terulangnya pola bisnis di masa lalu yang cenderung untuk menumpukan keuntungan di tangan para pemburu rente dan broker. Intinya, banyak kebijakan dalam UU No.33 tahun 2009 yang sudah dibuat dengan merestrukturisasi pasar. Namun pelaksanaannya terasa masih jauh panggang dari api.

2 Dalam UU Film ada kebijakan yang bersifat populis dan berusaha untuk membuka pasar lebih luas bagi film Indonesia. Kebijakan itu adalah jatah waktu tayang (*screen time quota*) sebesar 60% bagi film Indonesia yang akan mengubah secara drastis pasokan film ke bioskop. Namun penerapan kebijakan ini akan bermasalah mengingat berbagai faktor seperti kualitas dan kuantitas film yang tak memadai untuk mengisi bioskop-bioskop mewah di mal-mal. Kebijakan ini hanya bisa diterapkan apabila sudah ada jumlah produksi yang memadai dan tidak bisa dipaksakan.

Selain itu, kebijakan ini mengundang 2 masalah: pertama, apakah akan efektif mengingat pasokan film Indonesia masih kurang? Kedua, Amerika akan merespon kebijakan ini dengan keras dan akan mengarah pada sengketa dagang baru berkaitan dengan film. Maka pemerintah mau tak mau harus mempersiapkan jawaban baik di dalam negeri maupun luar negeri guna menghindar dari persoalan membuat kebijakan yang tak bisa dijalankan seperti ini.***

Referensi

Buku

Ali, Fachry. *Refleksi Paham "Kekuasaan Jawa" dalam Indonesia Modern*, Gramedia, Jakarta, 1986.

Amura, Prof. Drs. H. *Perfilman di Indonesia dalam Era Orde Baru*. Penerbit Lembaga Komunikasi Massa Islam Indonesia, Jakarta, 1989.

Ardan, SM. *Dari Gambar Idoep ke Sinepleks*, Penerbit GPBSI, Jakarta, 1992.

Ardan, SM. *Setengah Abad Festival Film Indonesia*. Panitia FFI 2004 dan Jaringan Kreatif Independen Workshop Production Network, Jakarta, 2004.

Barker, Thomas. *A Cultural Economy of the Contemporary Indonesian Film Industry*. National University of Singapore. Disertasi tidak dipublikasikan, 2011.

Bordwell, David/Thompson, Kristin. *Film Art: An Introduction*. McGraw-Hill, New York, 2005.

Bordwell, David. *The Way Hollywood Tells It: Stoy ad Style in Modern Movies*. University of California ress, Berkeley, Los Angeles dan London, 2006.

Epstein, Edward Jay. *The Big Picture: The New Logic of Money and Power in Hollywood*. Random House, New York, 2005.

Flibbert, Andrew J. *Commerce in Culture: State and Markets in The World Film Trade*. Palgrave Macmillan, New York, 2007.

Grant, Jonas M. '*Jurassic' Trade Dispute: The Exclusion of Audio-Visual Sector from the GATT*, diterbitkan sebagai komentar dalam Indiana Law Journal, Trustees of Indiana University, Bloomington, Indiana, Musim Gugur 199.

Haryanto, Ignatius (ed.). *Ketika Sensor tak Mati-mati*. Penerbit Yayasan Kalam, Jakarta, 2007.

Huston, John. *An Open Book*. Alfred A. Knopf, New York, 1980.

Imanjaya, Ekky. "Mereka yang Berani Beradegan Panas". *A to Z About Indonesian Film*. Dar! Mizan, Bandung, 2006.

Irawanto, Budi/Kurnia, Novi/Rahayu (ed.). *Menguak Peta Perfilman Indonesia*. Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata Republik Indonesia, Jakarta, 2004.

Junaedi, Nanang. *Bisnis Film di Indonesia: Studi Deskriptif tentang Proses Komunikasi Film dalam Konteks Dominasi Film Amerika*. Skripsi S-1 Jurusan Ilmu Komunikasi UGM, tidak dpublikasikan, 1994.

Kayam, Umar. "Film Indonesia Menjadi Tuan Rumah di Negeri Sendiri". Dalam *Seni dalam Masyarakat Indonesia*, Penerbit Gramedia, Jakarta, 1983.

Kerrigan, Finola. *Film Marketing*. Butterworth-Heinemann, Elsiever Ltd., 2010.

Kindem, Gorham (ed.). *The International Movie Industry*. Southern Illinois University Press, Carbondale and Edwardsville, 2000.

Kristanto, J.B. *Katalog Film Indonesia 1926-2007*. Penerbit Nalar bekerjasama dengan Direktorat Perfilman, Departemen Kebudayaan dan Pariwisata dan Gabungan Pengusaha Bioskop Seluruh Indonesia, Jakarta, 2007.

Kristanto, J.B. *Nonton Film Nonton Indonesia*. Penerbit Buku Kompas, Jakarta, 2004.

Kunio, Yoshihara. *Kapitalisme Semu Asia Tenggara*. Penerbit LP3ES, Jakarta, 1990.

Marich, Robert. *Marketing to Moviegoers: A Handbook of Strategies Used by Major Studios and Independents*. Focals Press, 2005.

Mas'oed, Mohtar. *Ekonomi dan Struktur Politik Orde Baru 1966-1971*, Penerbit LP3ES, Jakarta, 1989.

Moran, Albert (ed.). *Film Policy: International, National dan Regional Perspectives*. Routledge, London dan New York, 2007.

Pandjaitan, Hinca IP/Aryani, Dyah P. *Melepas Pasung Kebijakan Perfilan di Indonesia: Catatan untuk Undang-undang Perfilman Baru*. Penerbit PT Warta Global Indonesia, Jakarta, 2001.

Plattner, S. "Equilibriating Market Relationships", *Market and Marketing, Monograph of Economic Anthropology 4*, University Press of America, Lanham, 1985.

Purwantari, B.I. R*epresentasi Tragedi 1965 dalam Film (Antropologi Media dan Film-Film Bertema Tragedi 1965)*. Tesis FISIP-UI, tidak dipublikasikan, 2010.

Prayogo, Wisnu Agung. *Kebijakan Pemerintah Orde Baru Terhadap Perfilman Indonesia Tahun 1966-1979*, Skripsi FIB UI, tidak dipublikasikan, 2009.

Ramadhan K.H. *Bang Ali: Demi Jakarta* 1966-1977. Sinar Harapan, Jakarta, 1992.

Said, Salim. "Tuan Rumah di Kelas Bawah", wawancara oleh Farid Gaban, 1978. Dalam *Pantulan Layar Putih*, Sinar Harapan, Jakarta, 1991.

Sasono, Eric (ed.). *Kandang dan Gelanggang: Sinema Asia Tenggara Kontemporer*. Penerbit Yayasan Kalam, Jakarta, 2007.

Sen, Krishna. *Indonesian Films, 1965-1982: Perceptions of Society and History*, 1987

Silver, Jonathan Derek. *Hollywood's Dominance of the Movie Industry: How Did it Arise and How Has it Been Maintained?*. Department of Advertising, Marketing and Public Relation, Queensland University of Technology, Australia. Tesis tidak dipublikasikan, Nopember 2007.

Singh, J.P. *International Cultural Policies and Power*. Palgrave Macmillan, Hampshire dan New York, 2010.

Situmorang, Eva Kristina. *Analisa Distribusi Film di Indonesia Ditinjau dari Perspektif UU No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (Studi Kasus: 21 Cineplex Group)*. Tesis Magister FE-UI, tidak dipublikasikan, 2003.

Sumarno, Marselli. *Suatu Sketsa Perfilman Indonesia*. Lembaga Studi Film bekerjasama dengan Pemuda Panca Marga, 1994.

Tjasmadi, HM Johan. *100 Tahun Bioskop di Indonesia (1900-2000)*. Penerbit Megindo, Bandung, 2008.

Van Heeren, Katinka. "Film 'Side-Stream' Indonesia". Dalam Michalik, Yvonne/Coppens, Laura (ed.). A*sian Hot Shots: Sinema Indonesia*, Penerbit Bentang, Jakarta, 2011.

Voon, Tania. *Cultural Products and the World Trade Organization*. Cambridge Universuty Press, Cambridge, 2007.

Regulasi dan Laporan

__. "Pedoman Pelaksanaan Pasal 14 Tentang Integrasi Vertikal ". *Peraturan KPPU No. 05/2010*.

2010 Special Report, United State Trade Representative, 30 April 2010.

Hearing before the Subcommittee on International Trade of The Committee of Finance United State Senates, One Hundred Second Congress, 6 Maret 1992.

Indonesia Conditions for Market Access for Films and Videos, The United State Representative, 19 April 1992.

Trade Barriers to Exports of U.S. Filmed Entertainment, laporan Motion Picture Association of America, Oktober 2010.

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 6/1994 tentang Penyelenggaraan Usaha Perfilman.

Putusan Kasus Mahkamah Agung AS, Edison v. *American Mutoscope & Biograph Co*., nomor kasus 151 F. 767, 81 C.C.A. 391 (5 Maret 1907)

Putusan Kasus Mahkamah Agung AS, *U.S. v. Motion Picture Patents Co.*, nomor perkara 225 F. 800 (D.C. Pa. 1915)

Putusan Kasus Mahkamah Agung AS, *United States v. Paramount Pictures, Inc. et al*., nomor kasus 334 US 131 (1948)

Putusan KPPU No. 05/KPPU-L/2002 tentang tuduhan monopoli terhadap jaringan 21.

Putusan Mahkamah Konstitusi No. 29/PUU-V/2007 tentang Permohonan Uji Materi UU Perfilman.

Surat Keputusan Bersama Menteri Penerangan, Menteri Dalam Negeri, dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, No. 49/Kep/Menpen/1975; No. 88 A tahun 1975; No. 096 a/U/1975 tentang Wajib Edar dan Wajib Putar Film Nasional serta Penertiban Reklame Film.

Surat Keputusan Menteri Dalam Negeri No. 46/1983 tentang Penertiban Film dan Perbioskopan di Daerah dalam rangka Peningkatan Pendapatan Asli Daerah.

WTO, *Council for Trade in Services, Communication from the United States* – Audiovisual and Related Services, S/CSS/W/21 (18 Desember 2000).

Wawancara

Latief, A. Rahim, wawancara, 2011.

Lesmana, Mira, wawancara, 2011.

Taurisia, Meiske, wawancara, 2011.

Timothy, Sheila, wawancara, 2011.

Servia, Ir. Chand Parwez, wawancara, 2011.

Sugandi, Yadi, wawancara, 2011

Stamboel, Kimo, wawancara, 2011

Ramadhan, Indra Yudisthira, wawancara 2011

Media Massa dan Makalah

__. "03", *Majalah Tempo*, 8 Juli 1972.

__. "'Apa Ini Bukan Permainan?'", 22 Oktober 1977.

__. "Beberapa Problematik Perfilman Nasional", *Harian Pikiran Rakyat,* Minggu, 2 Desember 1979.

__. "Demonstrasi si Anak Tiri", *Majalah Tempo*, 22 September 1973.

__. "Film Berbahasa Daerah Diminati", *Kompas Online*, 4 Juli 2011.

__. "Film Ditolak Karena Berkonsep Minoritas", *Harian Tribun Medan*, 21 Juni 2011.

__. "'Film Indonesia untuk Indonesia'", *Majalah Tempo*, 12 Januari 1974.

__. "Gulung Layar", *Majalah Tempo*, 11 Agustus 1984.

__."'Haruskah Bang Ali Memaksa Kita…'", *Majalah Tempo*, 16 Agustus 1975.

__. "Jual Bebas Sekarang", *Majalah Tempo*, 14 Pebruari 1976.

__. "Kalau Film Impor Distop...", *Majalah Tempo*, 2 Oktober 1976.

__. *Majalah Prospek*, 31 Agustus 1991.

__. "Mashuri Menjawab Kerisauan", *Majalah Tempo*, 29 Mei 1976.

__. "Masyarakat Batak di Jambi Sulit Dapatkan Film VCD 'Anak Sasada'", *Harian Batak Pos*, 14 Juli 2011.

__. "Melorotkan Impor, Membela Dalam", *Majalah Tempo*, 2 Maret 1974.

__. "Menanti Jatah", M*ajalah Tempo*, 27 Agustus 1977.

__. "Nia Dinata: Kebutuhan Sekolah Perfilman Mendesak". *KapanLagi.Com*. 4 Mei 2011. Tautan: http://www.kapanlagi.com/showbiz/selebriti/nia-dinata-kebutuhan-sekolah-perfilman-mendesak.html

__. "Pemerintah akan Membenahi Pungutan PPN Film Impor", *Harian Kontan*, Jumat, 8 Juli 2011.

__. "Perginya Si Pengurus Izin", *Majalah Tempo*, 17 Januari 2011.

__. "Pertolongan Tiga Menteri", *Majalah Tempo*, 5 Juli 1975.

__. "Produsen Film Asing Diminta Buka Cabang di Indonesia", *Harian Kontan*, Sabtu, 18 Juni 2011.

__. "Satu Sumbangan", *Majalah Tempo*, 13 Maret 1982.

__. "Sekali Lagi Menteri Mashuri…", *Majalah Tempo*, 6 Nopember 1976.

__. "Sekoci Baru Juragan Lama", *Majalah Tempo*, 3 Juli 2011.

___. "Tak Percaya Perfin? 'Rasain Lu!'", *Majalah Tempo*, 11 Juni 1977.

Batara, Bobby. "Menabur Ilmu, Menuai Generasi Baru". Situs *Cineplex21*. Tanpa tanggal. Tautan: http://www.21cineplex.com/exclusive/menabur-ilmu-menuai-generasi-baru,27.htm

Darmawan, Hikmat. "Film Nasional Sebagai Industri Konten: Sebuah Sketsa". *Makalah Seminar Industri Perfilman Indonesia (Movienomic), dengan tema "Kebangkitan Industri Film Indonesia*". Seminar diadakan di Auditorium Kampus J Universitas Gunadarma Kalimalang, Senin, 21 Desember 2009.

Hadad, Toriq/Muryadi, Wahyu/Himawan, Iwan Q./Irawanto, Dwi S. "Cukup di Daerah Pinggiran" *Majalah Tempo*, 29 Juni 1991.

Haryanto, Rachman. "Garap 'Dapunta', Hanung Bramantyo Habiskan Dana Rp 9,2 M". *DetikHot.Com*, 25 Juni 2011. Tautan: http://hot.detik.com/movie/read/2011/06/25/181725/1668641/229/garap-dapunta-hanung-bramantyo-habiskan-dana-rp-92-m

Henridewanto, Yusroni/Farida, Ida/Ramelan, Kastoyo."Kembar Delapan Ditaburi Bintang", *Majalah Tempo*, 22 Oktober 1988.

Indrayati, Sri/ Muryadi, Wahyu/ Irawanto, Dwi S. "Mampusnya AMPAI", M*ajalah Tempo*, 29 Juni 1991.

Kristanto, J.B. "Bisnis Film Bisnis Darurat", *Majalah Prisma*, Edisi No. 11, 1986.

Kristanto, J.B. "Sepuluh Tahun Terakhir Perfilman Indonesia", *Harian Kompas*, 2 Juli 2005

Kristanto, J.B. "Masalah Terletak Dalam Peredaran dan Tayangan", *Harian Kompas*, 30 Oktober 2008.

Kusuma, Budi/Pudyastuti, Sri/Moera, Moebanoe/Darsono, Budiono/Amarudin, Bandelan/Subagyo, Slamet. "Bergabung atau Dikepung", *Majalah Tempo*, 8 Juli 1989.

Kusuma, Budi/Pudyastuti, Sri/Soekarno, Tri Budianto."Kerajaan Film Impor", *Majalah Tempo*, 22 Juli 1989.

Kusumadewi, Anggi/Ansyari, Syahrul. "Film Hollywood Akan Kembali Masuk Indonesia". *Showbiz, Vivanews.Com*. 30 Maret 2011. Tautan: http://showbiz.vivanews.com/news/read/212177-film-hollywood-akan-masuk-indonesia-lagi

Lazuardi, Adi. "Film Soal Pahlawan akan Disubsidi Pemerintah". *Detiknews.Com*. 28 Pebruari 2011. Tautan: http://www.detiknews.com/read/2011/02/28/160748/1581303/10/film-soal-pahlawan-akan-disubsidi-pemerintah

Latief, A. Rahim. "Usmar Ismail dan Djamaluddin Malik, Produser, Sutradara dan Importir Film", *Harian Kompas*, 10 Desember 1989.

Latief, A.Rahim. "Dari BKIF ke Konsorsium sampai Asosiasi", *Harian Berita Buana*, 1990.

Muhammad, Amir. "Lesson From Indonesia", *www.kakiseni.com*, 29 Januari 2002.

Naim, Yunianti Jannatun. "Kembudpar Surati Gubernur Buat Film". *Situs Antara News: Kepulauan Riau*. 25 Nopember 2010. Tautan: http://kepri.antaranews.com/berita/14889/kembudpar-surati-gubernur-buat-film

Pudjiastuti R, Sri/Muryadi, Wahyu/Chudori, Leila S./Harymurti, Bambang. "Insan Film Mengetuk DPR", *Majalah Tempo*, 6 Juli 1991.

Pudyastuti, Sri/Moera, Moebanoe/Irawanto, Dwi S./Napitupulu, Sarluhut. "Zaman Keemasan Kelompok 21", *Majalah Tempo*, 29 Juni 1991.

Rahmah, Siti. "Eumpang Breuh". *AcehFeature.org*, 8 April 2008. Tautan: http://www.acehfeature.org/index.php/site/detailartikel/586/Eumpang-Breuh/

Rilis Pers Warner Bros. tentang peluncuran film Robin Hood: Prince of Thieves di Indonesia, 16 Juni 1991.

Rosdy, Zen/Sihombing, W. *Majalah Aneka Olahraga dan Film*, Edisi No. 3 tahun XI, 20 Maret 1960.

Samboh, Esther. “Movie producers deny rumors of Hollywood ‘boycott threat’”, *The Jakarta Post*, 23 Februari 2011.

Setia, Putu. “Siapa Kena Tendang?”, *Majalah Tempo*, 20 September 1986.

Setiyono, Budi. “Huyung (3), Guru Para Sineas”. *Situs Majalah-Historia.com*. 3 Mei 2010. Tautan: http://www.majalah-historia.com/berita-214-guru-para-sineas.html

Siagian, Bachtiar. “Terutama Mengenai Olah Raga dan Film”, *Majalah Aneka*, Edisi No. 7, 1957.

Sumbogo, Priyono B./Chudori, Leila S./G. Sugrahetty Dian K.. "Ancaman Amerika untuk Saur Sepuh”, *Majalah Tempo*, 2 Maret 1991.

Surawijaya, Bunga/Chudori, Leila S. “‘Saya Selalu Dikambinghitamkan’”. *Majalah Tempo*, 13 Juli 1991.

Surawijaya, Bunga/Irawanto, Dwi S./Pudyastuti, Sri/Moera, Moebanoe. “Hollywood Datang, Pribumi Minggir”, *Majalah Tempo*, 29 Juni 1991.

Surawijaya, Bunga/Nurbaiti, Sitti/Chudori, Leila S./Muryadi, Wahyu/Indrawan. ”Film Indonesia Ketinggalan Kereta”, *Majalah Tempo*, 13 Juli 1991.

Widayanto, Yudo, “Penonton Film Turun, Omzet Mal Drop”, *Harian Kontan*, Selasa 21 Juni 2011.

Widjaya, Yan. “64 Film dalam Laci”, *Majalah F*, Edisi 003, Februari-Maret 2006.

Uchrowi, Zaim/Darsono, Budiono/Moera, Moebanoe/Sumbogo, Priyono B. “Raja Yang Mengeluh Miskin”, *Majalah Tempo*, 22 Juli 1989.

Laman Daring Referensi

http://akhmadsudrajat.files.wordpress.com/2008/07/model-pengembangan-muatan-lokal.pdf

http://www.analisadaily.com/

http://bayuossborne.blogspot.com/2011/01/pelajaran-yang-diminati-anak-sma-n-59.html

http://blitzmegaplex.com/en/about_blitz.php

http://www.binus.ac.id/

http://datapokok.ditpsmk.net/

http://www.digitalmagic.com.hk/

http://www.fftv.ikj.ac.id/

http://www.filmfestivalrotterdam.com/professionals/cinemine/cinemart_history/

http://filmindonesia.or.id/

http://fokus.vivanews.com/news/read/205561-pajak-film-impor-membantu-film-nasional-

http://www.gatra.com/

http://www.hollywoodreporter.com/news/paramount-pulls-films-venezuela-because-215697

http://www.ikj.ac.id/

http://www.indiewire.com/

http://indrakula.blog.friendster.com/2006/06/asdrafi/

http://www.isi-ska.ac.id/index.php/jurusansenimediarekam

http://www.kedaifilmnusantara.com/

http://www.lsf.go.id/

http://www.man18-jkt.sch.id/

http://motion.kodak.com/motion/uploadedFiles/mitraIndonesia.pdf

http://prasadlab.com/

http://www.rumahfilm.org/

http://saintpauljember.sch.id/

http://www.screenonline.org.uk/film/distribution/distribution1.html

http://www.sinematekindonesia.com/

http://sman39jkt.net/

http://sman42.multiply.com/

http://sman78-jkt.sch.id/

http://www.smanegeri106jakarta.net/

http://www.stsi-bdg.ac.id/

http://www.tech-notes.tv/

http://www.technicolor.com/en/hi/advertising/commercials/film-lab

http://televisidanfilm.blogspot.com/2011/05/tentang-jurusan-televisi-dan-film.html

http://windakutubuku.blogdetik.com/

Keterangan Penulis

ERIC SASONO (@gemarnonton)

Bekerja sebagai konsultan komunikasi pada beberapa lembaga pemerintah, Eric Sasono menjadikan kritik film sebagai kegiatan sampingannya. Ia pernah menulis skenario film panjang dan menyutradari sendiri satu film pendek sebelum memfokuskan diri pada kritik film. Ia juga aktif di sebagai sekretaris Yayasan Masyarakat Mandiri Film Indonesia, yayasan yang menyelenggarakan Jiffest. Selain itu, Eric merupakan anggota kehormatan Asia Film Award yang berpusat di Hongkong dan kerap menjadi juri di beberapa festival film internasional.

EKKY IMANJAYA (@ekkyij)

Pengajar pada Binus Film School, Universitas Bina Nusantara ini memegang dua gelas Master: bidang filsafat dari UI dan *film studies* dari Universitet Van Amsterdam, Belanda. Ekky dikenal sebagai penulis yang produktif dan sudah menghasilkan beberapa buku dalam bidang film seperti *A to Z Film Indonesia, The Backdoors of Jakarta: Jakarta and Its Social Issue in Post-Reform Indonesian Cinema*, dan beberapa lagi. Ekky juga menyutradarai beberapa film, seperti Macet yang mendapat penghargaan GTZ Sustainable Urban Transport Project, Thailand. Belum lama ini ia menyelesaikan film dokumenternya tentang kelompok musik Tielman Brothers.

HIKMAT DARMAWAN (@hikmatdarmawan)

Selain pengamat film dan kritikus, Hikmat juga dikenal sebagai seorang pengamat komik dan budaya pop lainnya. Hikmat mendapat Asian Public Intellectual (API) fellowship periode 2010-2011 dari Nippon Foundation untuk melakukan penelitian di tiga negara: Jepang, Thailand dan Indonesia. Topik yang ditelitinya adalah globalisasi dan identitas visual pada subkultur komik di ketiga negara tersebut. Selagi dalam perjalanan, Hikmat berkesempatan melahirkan banyak tulisan yang akan segera diterbitkannya dalam bentuk buku, termasuk amatannya mengenai film Indonesia.

IFAN ADRIANSYAH ISMAIL (@ifanismail)

Penulis skenario, penulis utama di Wahana Penulis, sebuah rumah produksi naskah untuk televisi. Ia juga seorang kolumnis tetap soal televisi Indonesia, di *Karbonjournal.org*. Selain itu, Ifan meminati bidang desain, sempat belajar di FSRD (Fakultas Seni Rupa dan Desain) ITB, juga diam-diam mendalami bidang humor. Selain itu, ia juga aktif di komunitas komik Akademi Samali, Jakarta.

Perkumpulan
Rumah Film Indonesia

Perkumpulan Rumah Film Indonesia adalah perkumpulan yang didirikan oleh sekelompok orang Indonesia yang berkepentingan untuk berpartisipasi dalam memajukan film dan kebudayaan di Indonesia melalui berbagai kegiatan. Selain kegiatan seperti penelitian, Perkumpulan Rumah Film Indonesia mengoperasikan website yang berisi tulisan-tulisan yang berkaitan dengan film dan perfilman di alamat *www.rumahfilm.org*.

Menjegal Film Indonesia

Pemetaan Ekonomi Politik Industri Film Indonesia

Kisruh pajak film impor di Indonesia sejak 2011 lalu adalah pucuk dari gunung es persoalan film nasional yang ternyata telah mengalami pembusukan sejak lama. Bukan lagi sebatas isu film Harry Potter masuk ke bioskop Indonesia atau tidak, tapi sudah menyangkut sisi ekonomi-politik perfilman Indonesia sejak awal sejarahnya hingga kini. Penelusuran sisi ekonomi-politik perfilman kita ini menampakkan ketegangan, persinggungan, bahkan pertarungan berbagai kekuatan di luar film. Malah, pertarungan ini pun tak lepas dari keadaan global industri film dunia. Ketegangan dan pertarungan yang menjadi genting, karena ternyata bisa mengancam keragaman dalam berbangsa. Di balik ribut-ribut Harry Potter ini, terungkap keadaan publik yang sejak lama terjegal hak untuk mendapat keragaman tontonan, atau keragaman suara/pesan dalam film.

Tim Rumah Film (Rumahfilm.org) menelusuri berbagai kebijakan perfilman Indonesia dari masa ke masa, juga akibat-akibatnya bagi perkembangan film nasional serta kepentingan publik atas tontonan dari dulu hingga kini. Keadaan masih suram, tapi telusur ini juga menyodorkan beberapa pilihan dan usulan.

Perkumpulan Rumah Film Indonesia adalah perkumpulan yang didirikan oleh sekelompok orang Indonesia yang berkepentingan untuk berpartisipasi dalam memajukan film dan kebudayaan di Indonesia melalui berbagai kegiatan.

www.rumahfilm.org, @rumahfilmorg

Menjegal Film Indonesia

Pemetaan Ekonomi Politik Industri Film Indonesia